

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LINEAMIENTOS DE MARKETING  
DIGITAL PARA EL PUNTO DE LA BOLSA DE VALORES DE LA UNIVERSIDAD DE  
CÓRDOBA EN CONVENIO CON LA BOLSA DE VALORES DE COLOMBIA**

**NOMBRE DEL PASANTE**

**WENDY PAOLA RAMOS PEREIRA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**MONTERÍA**

**2019**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LINEAMIENTOS DE MARKETING  
DIGITAL PARA EL PUNTO DE LA BOLSA DE VALORES DE LA UNIVERSIDAD DE  
CÓRDOBA EN CONVENIO CON LA BOLSA DE VALORES DE COLOMBIA**

**NOMBRE DEL PASANTE**

**WENDY PAOLA RAMOS PEREIRA**

**TUTOR ACADÉMICO**

**DANIEL RODRÍGUEZ BERMÚDEZ**

**TUTOR ENTIDAD**

**DINA ESTHER CASTRO RAMOS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**MONTERÍA**

**2019**

## NOTA DE ACEPTACIÓN DE JURADOS

---

---

---

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**Montería, 2019**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios, por darme los conocimientos, paciencia, disciplina y fortaleza para no desfallecer, por ser el inspirador en todo este proceso para obtener uno de mis anhelos más preciados.

A mi madre Luisa Arnolis Pereira Martínez y mi padre Jorge Enrique Ramos Castro, por sus sacrificios, amor y comprensión, por confiar en mí, porque gracias a ellos he llegado hasta donde estoy, por darme ánimos en los momentos difíciles, por siempre tener una palabra de aliento para mí y por ser mi motivación más grande.

A mi hermana, por siempre estar presente, por apoyarme y por brindarme siempre su mano cuando la necesito.

También quiero agradecer a mi gran amiga Daniela Castilla Milanés, porque con ella comencé todo este proceso de formación profesional, y desde entonces siempre hemos sido un equipo y un apoyo mutuo en todas las situaciones tanto buenas como difíciles que se nos han presentado en estos 5 años.

Wendy Paola Ramos Pereira

## TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	4
INTRODUCCIÓN .....	9
OBJETIVOS .....	10
General .....	10
Específicos.....	10
CAPÍTULO I.....	11
1. DESCRIPCIÓN DE LA ENTIDAD .....	11
1.1.1.Nombre de la institución .....	11
1.1.2.Símbolos de la institución .....	11
1.2. Misión y Visión.....	12
1.3.Estructura organizacional.....	13
1.4.Actividades de la entidad .....	15
CAPÍTULO II.....	16
2.DESCRIPCIÓN DE LA DEPENDENCIA DONDE REALIZÓ LA PRACTICA .....	16
2.1.Nombre de la dependencia: .....	16
2.2.Misión y Visión .....	16
2.2.1.Misión.....	16
2.2.2.Visión.....	16
2.3.Funciones de la Dependencia.....	17
2.3.1.Asesorías .....	17
2.3.2. Acceso de información.....	17
2.3.3.Cursos de formación .....	17
2.3.4.Concursos .....	18
2.3.5.Conferencias .....	18
2.4.Organigrama .....	19
CAPÍTULO III .....	20
3.ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA PRÁCTICA .....	20
3.1.Descripción del problema .....	20
3.2. Delimitación del problema.....	33
3.3.Formulación del problema: .....	34
3.4.Cruce de estrategias DOFA.....	35

3.5.Actividades desarrolladas en la entidad .....	36
3.6.Plan de trabajo .....	37
3.7.Cronograma de actividades .....	39
3.8.Descripción detallada de las actividades .....	40
3.8.1.Reconocimiento institucional y asignación de funciones. ....	40
3.8.2.Búsqueda de la información e identificación de situación problema. ....	40
3.8.3.Entrega de información, avances del informe al tutor académico y respectivas correcciones.....	40
3.8.4.Aprobación por parte del tutor entidad y tutor académico. ....	41
3.9.Propuesta de mejoramiento .....	42
3.10.Investigación de mercado.....	51
3.10.1 Segmentación:.....	51
3.10.2.Mercado objetivo:.....	51
3.10.3.Demografía:.....	51
3.11.Tendencias .....	52
3.12.Servicio .....	52
3.13.Precio .....	53
3.14.Plaza .....	53
3.15.Promoción.....	54
3.17.CONCLUSIÓN.....	55
3.18.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA .....	57
3.19.ANEXOS .....	59

## LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Símbolos de la Institución.....	11
Gráfica 2. Estructura Orgánica de la Universidad de Córdoba.....	13
Gráfica 3. Estructura Organizacional de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas.....	19
Gráfica 4. Base de datos del curso de Matemáticas Financiera I de los años 2017, 2018 y 2019.....	24
Gráfica 5. Respuesta de la relación de llamadas realizada para el curso de Matemáticas Financieras I en octubre del 2019.....	26
Gráfica 6. Base de datos del curso de Excel Básico de los años 2017, 2018 y 2019.....	27
Gráfica 7. Respuesta de la relación de llamadas realizada para el curso de Excel Básico en octubre del 2019.....	29
Gráfica 8. Base de datos del curso de Excel Intermedio de los años 2017, 2018 y 2019.....	30
Gráfica 9. Respuesta de la relación de llamadas realizada para el curso de Excel Intermedio en octubre del 2019.....	32
Gráfica 10. Ingreso de datos al cronograma de publicidades en redes sociales para el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba .....	47
Gráfica 11. Cronograma de publicidades en redes sociales para el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba .....	47
Gráfica 12. Ingreso de datos al cronograma de publicidades en redes sociales para el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba (diligenciado) .....	48
Gráfica 13. Cronograma de publicidades en redes sociales para el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba (diligenciado).....	49

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Personas inscritas en la base de datos del curso de Matemáticas Financieras I en los años 2017, 2018 y 2019 .....	25
Tabla 2. Relación de llamadas a personas inscritas en la base de datos del curso de Matemáticas Financieras I en los años 2017, 2018 y 2019.....	25
Tabla 3. Personas inscritas en la base de datos del curso de Excel Básico en los años 2017, 2018 y 2019 .....	28
Tabla 4. Relación de llamadas a personas inscritas en la base de datos del curso de Excel Básico en los años 2017, 2018 y 2019.....	28
Tabla 5. Personas inscritas en la base de datos del curso del curso de Excel Intermedio en los años 2017, 2018 y 2019 .....	30
Tabla 6. Relación de llamadas a personas inscritas en la base de datos del curso de Excel Intermedio en los años 2017, 2018 y 2019.....	31
Tabla 7. Cruce de estrategias DOFA.....	35
Tabla 8. Plan de trabajo.....	37
Tabla 9. Cronograma de actividades.....	39
Tabla 10. Tendencias.....	52
Tabla 11. Precio.....	53



## INTRODUCCIÓN

El punto de la Bolsa de Valores, es un convenio realizado entre la Universidad de Córdoba y la Bolsa de Valores de Colombia. Es un punto informativo y se encuentra adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas del Programa Administración en Finanzas y Negocios Internacionales. Es un espacio para recibir a los diferentes Inversionistas, Emisores, Sociedades Comisionistas de Bolsa, y demás personas interesadas en conocer acerca del Mercado de Valores Colombiano.

En el punto de la Bolsa ubicado en la Universidad de Córdoba, se brindan asesorías para sus visitantes sobre temas relacionados con el mercado de capitales Colombiano y educación financiera, además, de ofrecer acceso a información del mercado bursátil en tiempo real, diplomados, cursos de formación, concursos y conferencias, todos estos ofrecidos no solo para estudiantes de la carrera al cual se encuentra adscrito, sino para cualquier persona interesada en estos.

Asimismo, este es de gran importancia, ya que es el único del departamento y el último punto que abrió la Bolsa de Valores de Colombia.

Por otra parte, el presente trabajo se ha estructurado en 3 capítulos; en el primero se describen las generalidades de la Universidad de Córdoba, símbolos, funciones y organigrama funcional; en el segundo capítulo, se evidencia todo lo referente a la dependencia en la cual realicé mis prácticas empresariales, organigrama y funciones; y en el tercer capítulo, se explica la problemática encontrada y la necesidad de resolverla, además, de contener los lineamientos teóricos para la solución de la problemática y aspectos relacionados con la solución a implementar.

## **OBJETIVOS**

### **General**

- ❖ Proponer Lineamientos de Marketing Digital para el punto de la Bolsa de Valores ubicado en la Universidad de Córdoba en convenio con la Bolsa de Valores de Colombia.

### **Específicos**

- ❖ Diagnosticar los medios de difusión utilizados por el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba
- ❖ Identificar las plataformas digitales a utilizar para la difusión de los diferentes servicios ofrecidos por el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba.
- ❖ Establecer lineamientos de Marketing Digital para el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba.

## CAPÍTULO I

### 1. DESCRIPCIÓN DE LA ENTIDAD

#### 1.1.1 Nombre de la institución

Universidad de Córdoba.

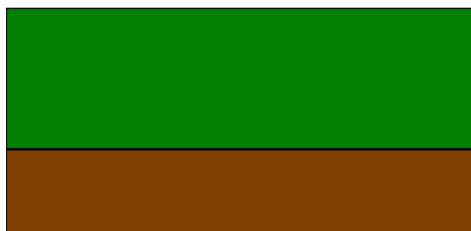
#### 1.1.2 Símbolos de la institución

Gráfica 1. *Símbolos de la Universidad de Córdoba*

Escudo



Bandera



## **1.2 Misión y Visión**

### **1.2.1 Misión**

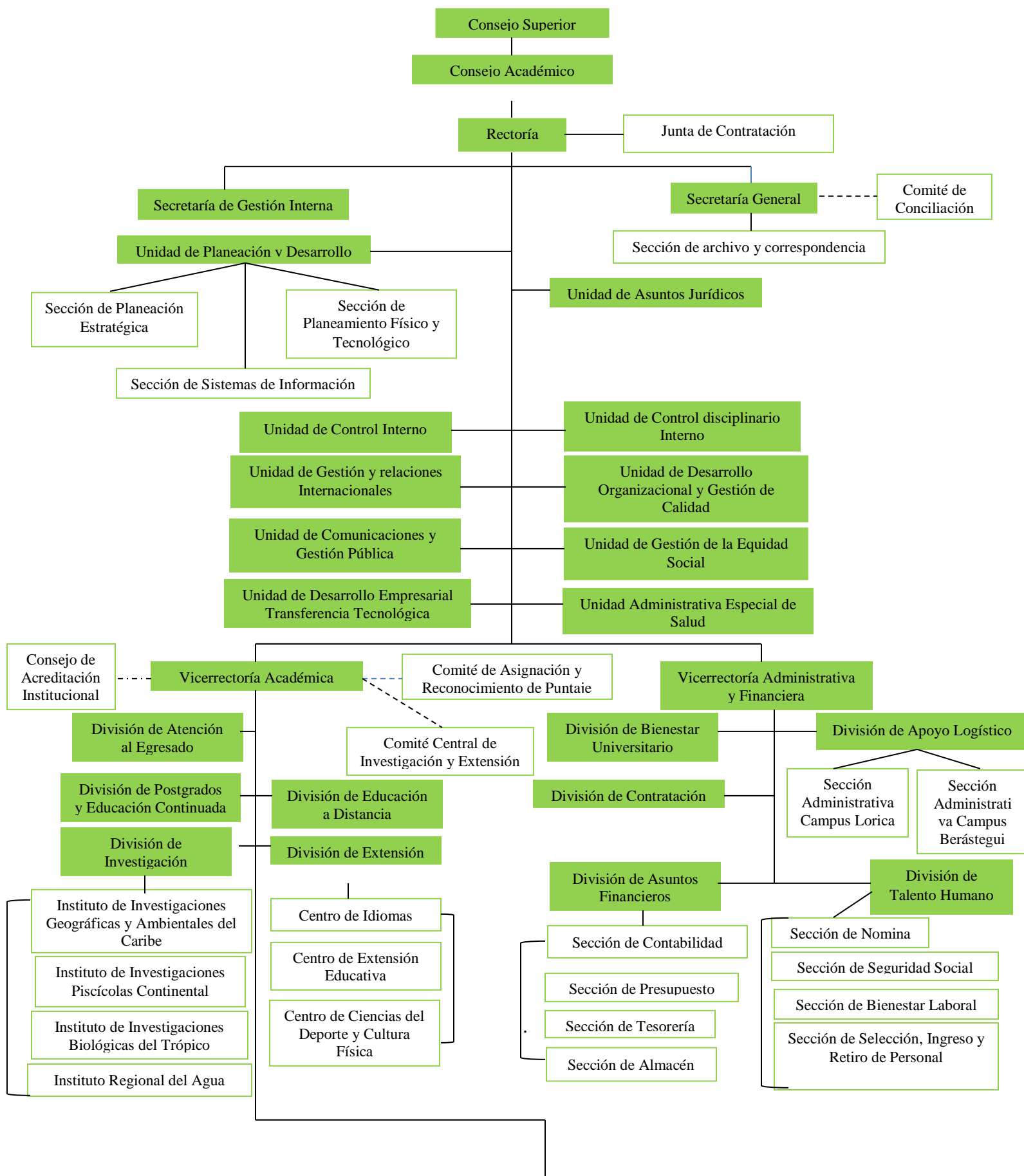
La Universidad de Córdoba es una institución pública de educación superior que forma integralmente personas capaces de interactuar en un mundo globalizado, desde el campo de las ciencias básicas, asociadas a la producción agroindustrial, las ingenierías, las ciencias sociales, humanas, la educación y la salud; genera conocimiento en ciencia, tecnología, arte y cultura y contribuye al desarrollo humano y a la sostenibilidad ambiental de la región y del país (Universidad de Córdoba, 2004).

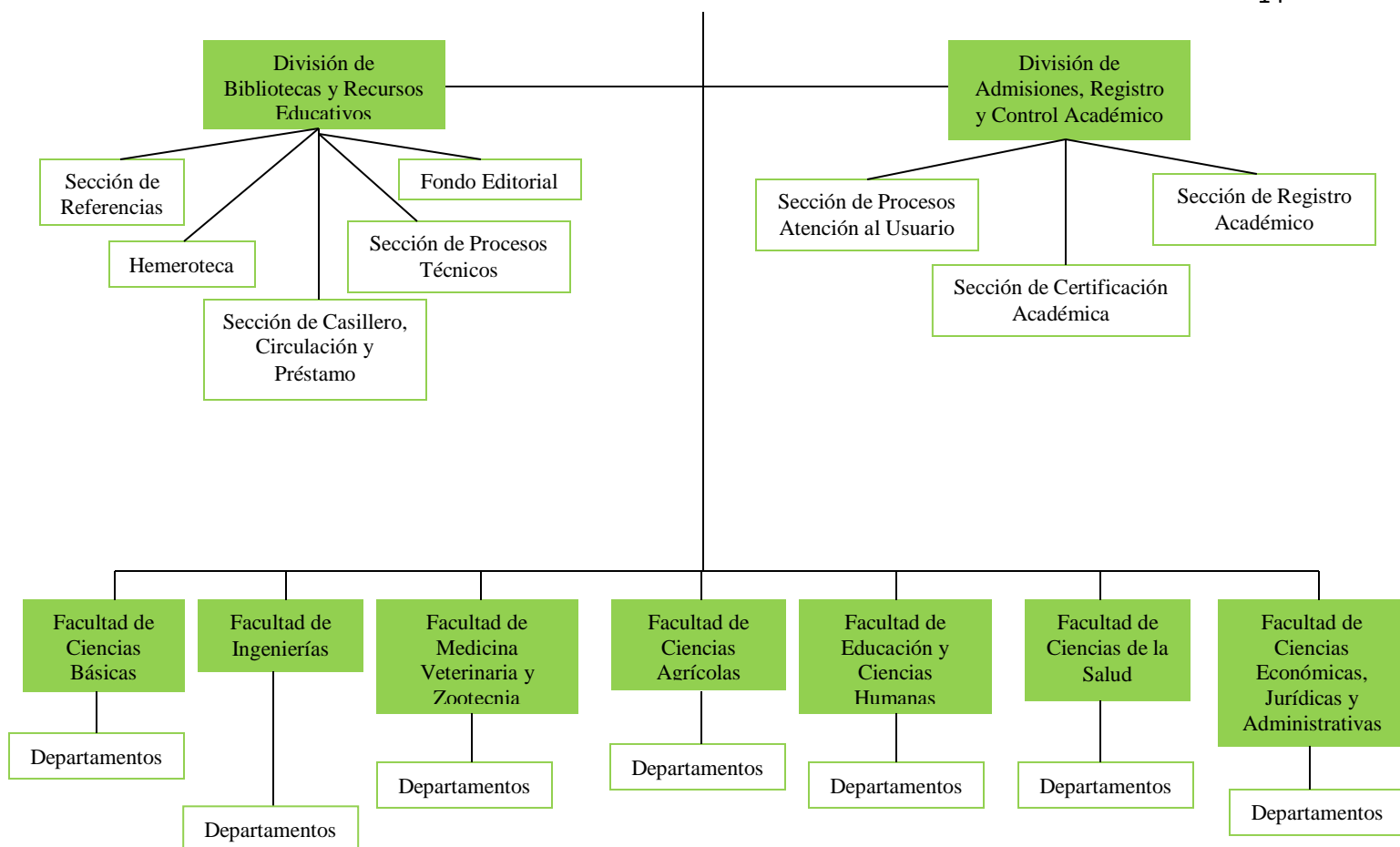
### **1.2.2 Visión**

Ser reconocida como una de las mejores instituciones públicas de educación superior del país por la calidad de sus procesos académicos y de gestión institucional, orientada al mejoramiento de la calidad de vida de la región, mediante la ejecución y aplicación de proyectos de investigación y extensión en cooperación con el sector productivo (Universidad de Córdoba, 2004).

### 1.3 Estructura organizacional

Grafica 2. Estructura Orgánica de la Universidad de Córdoba.





Fuente: Artículo N°035 de la Universidad de Córdoba, 2010.

Elaborado por: Wendy Ramos Pereira

#### **1.4 Actividades de la entidad**

La Universidad de Córdoba, en su condición de Institución Pública de Educación Superior, responde al compromiso misional de atender la función social de oferta y demanda permanente de formación del recurso humano en el ámbito técnico, tecnológico, profesional y de postgrado con criterios de calidad y excelencia académica, conforme a las exigencias culturales y ambientales de la región y el país.

En su Política de Cobertura, basado en los criterios y principios, la Universidad de Córdoba establece un sistema de oferta académica para atender la demanda social de su respectiva área de influencia, según estudios de factibilidad.

En su calidad de ente público, la Universidad de Córdoba propicia condiciones que faciliten el ingreso y permanencia de los aspirantes provenientes de los estratos socioeconómicos de menores recursos, bajo los principios de la excelencia académica.

Asimismo, los procesos de selección y admisión de estudiantes de la Universidad de Córdoba en todas las modalidades y niveles de su oferta académica, obedece a un sistema fundamentado en los méritos académicos que garanticen la transparencia, objetividad, igualdad y equidad. La apertura, cierre o modificación de todo programa académico requiere un proyecto que justifique su viabilidad y factibilidad académica, económica y social.

La Universidad de Córdoba propicia el logro de los principios y objetivos de la Educación Superior, basada en la idoneidad académica, en las competencias científicas, tecnológicas y pedagógicas, en el compromiso ético y moral, y en la motivación de sus profesores, como criterios esenciales que le imprimen calidad, eficiencia, eficacia y pertinencia al proceso docente – educativo (Proyecto Educativo Institucional de la Universidad de Córdoba, 2019)

## **CAPÍTULO II**

### **2 DESCRIPCIÓN DE LA DEPENDENCIA DONDE REALIZÓ LA PRÁCTICA**

#### **2.1 Nombre de la dependencia:**

Punto Bolsa de Valores.

#### **2.2 Misión y Visión**

##### **2.2.1 Misión**

El punto de la bolsa de valores de Colombia de la Universidad de Córdoba, es un espacio para recibir a los diferentes Inversionistas, Emisores, Sociedades Comisionistas de Bolsa, estudiantes y demás personas interesadas en conocer acerca de los Mercado de Capitales Colombiano, con un talento humano capacitado que aplica los valores y políticas impartidos por la Universidad de Córdoba (Universidad de Córdoba, 2017).

##### **2.2.2 Visión**

Para el año 2020 El punto de la bolsa de valores de Colombia de la Universidad de Córdoba, seguirá siendo reconocida como uno de los mejores puntos BVC entre todas las universidades que cuentan con el convenio con la BVC. Siendo líder en la oferta de programas relacionados con el mercado de capitales (Universidad de Córdoba, 2017).



## **2.3 Funciones de la Dependencia**

El punto de la Bolsa de Valores, está Adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas del programa Administración en Finanzas y Negocios Internacionales.

Es un espacio para recibir a los diferentes Inversionistas, Emisores, Sociedades Comisionistas de Bolsa, y demás personas interesadas en conocer acerca del Mercado de Valores Colombiano.

Entre las funciones ejercidas por el punto de la bolsa, se encuentran las siguientes:

### **2.3.1 Asesorías**

El punto de la Bolsa de Valores de Colombia de la Universidad de Córdoba brinda asesorías para sus visitantes sobre temas relacionados con el mercado de capitales colombiano y educación financiera.

### **2.3.2. Acceso de información**

El punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, cuenta con cinco pantallas E-BVC que permiten el acceso a sus visitantes al mercado en tiempo real, para la toma de decisiones de inversión.

### **2.3.3. Cursos de formación**

El Punto BVC de la Universidad de Córdoba ofrece formación en temas relacionados con el mercado de capitales y conceptos financieros en general.

Estos cursos están dirigidos a: estudiantes de pregrado y posgrado, profesionales del sector administrativo-financiero, y profesionales en diferentes áreas, con interés en conocer acerca de estos temas.

#### **2.3.4. Concursos**

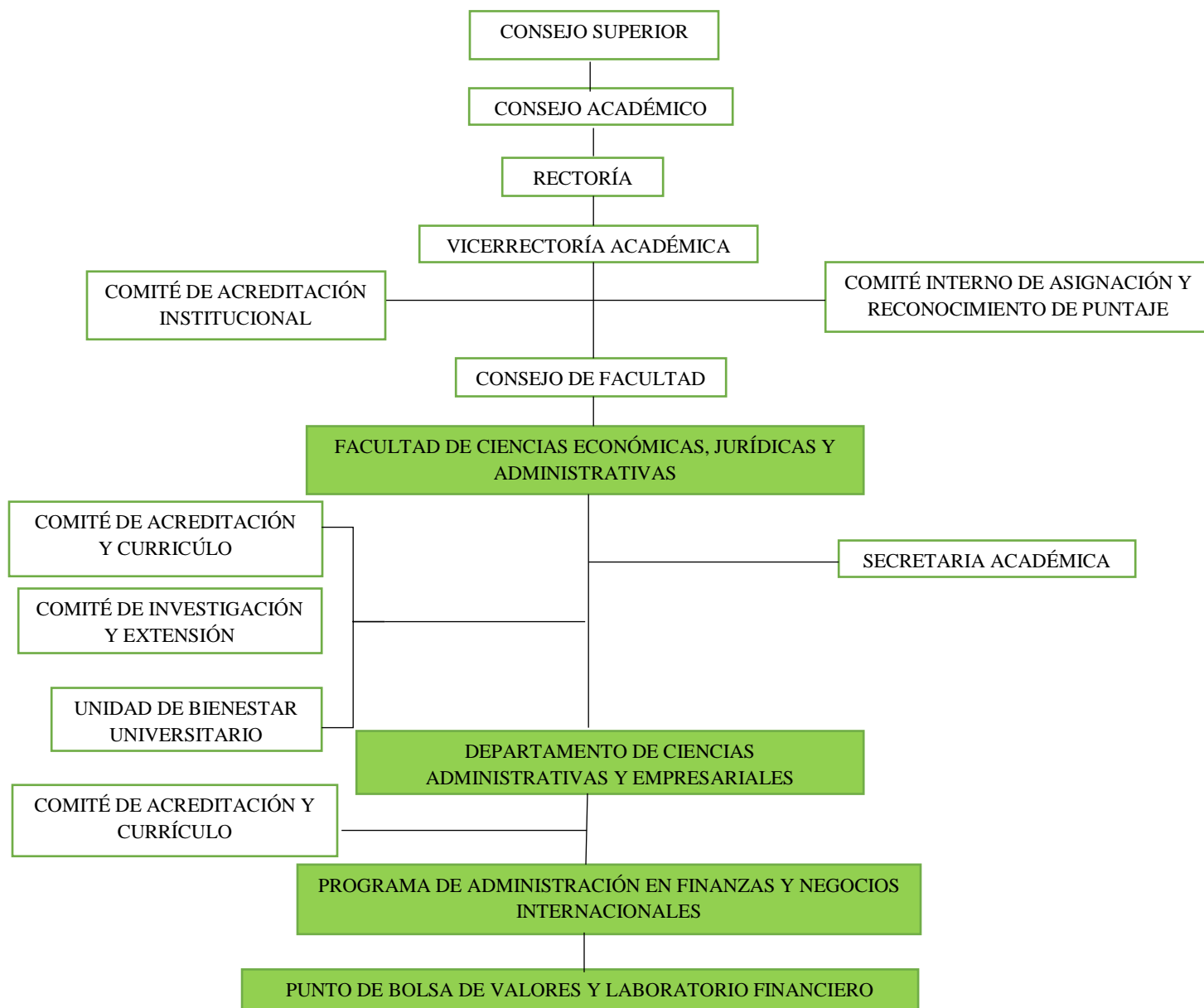
En convenio con la Bolsa de Valores de Colombia, el Punto BVC de la Universidad de Córdoba, convoca semestralmente a los estudiantes de la Universidad a participar de diferentes concursos, que otorgan premios, generan reconocimiento profesional y ayudan a los estudiantes a desarrollar competencias propias del sector financiero.

#### **2.3.5. Conferencias**

El Punto BVC de la Universidad de Córdoba ofrece conferencias o charlas en temas relacionados con el mercado de capitales, dirigidas al público en general (Universidad de Córdoba, 2017).

## 2.4. Organigrama

Gráfica 3. Estructura organizacional de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas.



Fuente: Universidad de Córdoba, 2017.

Elaborado por: Wendy Ramos Pereira

## CAPÍTULO III

### 3. ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA PRÁCTICA

#### 3.1. Descripción del problema

El marketing y la tecnología, son dos herramientas que combinadas se convierten en un factor competitivo para las empresas.

Debido a que el marketing ha evolucionado hacia una definición mucho más amplia que enriquece la relación entre las marcas y sus clientes. Se han ampliado sus límites tradicionales gracias a los avances logrados por la tecnología en la gestión de los datos y la información. Las redes sociales, el Big Data, y el IOT (Internet de las cosas) están moldeando la forma de percibir y satisfacer las necesidades, originando nuevas percepciones del marketing a partir de la tecnología<sup>1</sup>

El uso de la tecnología dentro de las empresas u organizaciones, ha traído consigo que la información se convierta en un factor fundamental al momento de estudiar el mercado al que se pretende llegar, puesto que dependiendo de las preferencias de los clientes, obtenidas del estudio de mercado, se realizan las ofertas, que por medio de las nuevas tecnologías de la información y comunicación se puede llegar a nuevos mercados con mayor rapidez y alcance de difusión. Esto debido a que las personas cuentan con acceso a medios tecnológicos e internet, bien sea por teléfonos móviles, tablets y computadores.

Según datos de (Kanter, 2017) una de las encuestadoras líderes en el mercado de investigación de medios de comunicación en América Latina, dio a conocer que en el país, para el año 2013, el

---

<sup>1</sup> Información suministrada por la página ADEN Business Magazine; <https://www.aden.org/business-magazine/martechla-concepcion-del-marketing-partir-la-tecnologia/>

33% de los colombianos se conectaba a internet a través de su Smartphone, tres años después el porcentaje es del 85% y en los años siguientes ha seguido en aumento.

Ahora bien, en el marco del desarrollo de las prácticas empresariales realizadas en el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, en convenio con la Bolsa de Valores de Colombia, se buscó dar solución a la problemática encontrada, mediante Lineamientos de Marketing Digital, que ayudaran a difundir de manera eficiente los diferentes servicios y actividades que realiza el punto. Puesto que se diagnosticó, que se presentan debilidades en el área de la publicidad para dar a conocer estos.

Así pues, la propuesta de creación de lineamientos es debido a que los servicios anteriormente mencionados, son ofrecidos no solamente para los estudiantes de la Universidad de Córdoba, sino también a particulares, profesionales del sector administrativo – Financiero, y profesionales de diferentes áreas que tengan interés en conocer este tipo de mercado. Y es allí, donde radica la necesidad de implementar dichos lineamientos, ya que la publicidad realizada por el punto de la bolsa, por el lado de los cursos, diplomados y charlas, son ofertados al público por medio del Facebook personal de la administradora del punto, la cual a su vez lo difunde en el grupo de Facebook del programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales, a la cual solo tienen acceso los estudiantes que se encuentren siguiendo dicha página, lo cual es una desventaja, ya que estos no son ofertados solo para estudiantes de la carrera, como ya se había mencionado, y lo cual hace que la información se vuelve restrictiva, puesto que solo llega a los estudiantes que hagan parte del grupo de Facebook, y del cual no todos los participantes tienen la disponibilidad de tiempo o de dinero para realizarlos y por ende no se llenan los cursos para ser abiertos.

Por otra parte, otro medio para dar a conocer sus servicios, son mediante llamadas y envíos de correos a personas que se encuentran inscritas en la base de datos desde el año 2017 hasta la presente fecha, las cuales se inscribieron como interesadas en la realización, bien sea de los cursos o de los diplomados y que por cuestiones de que pocas personas se inscribieron no se abrieron, y tiempo después cuando se pretende volver a ofrecerlos para abrirlos, ya las personas no se encuentran interesadas por el tiempo, cambios de residencia o ya no cuentan con el dinero disponible para realizarlo. Debido a que en su momento no se amplió la difusión de la información, para que muchas más personas tuvieran conocimiento de los servicios ofrecidos y pudieran acceder a estos.

Es por ello, que se considera necesaria e importante la propuesta de implementación de Lineamientos de Marketing Digital, que encaminen a dar a conocer el punto y que todos los servicios y actividades que estos realicen, le lleguen a personas de cualquier parte de Córdoba y demás departamentos aledaños que se encuentren interesadas.

“Lo que realmente define el Marketing Digital exitoso es un marco ágil que integra tres elementos básicos que pueden estar más enfocados internamente: personas, procesos y tecnología” (Jon Orton y Uponor, 2018).

Ahora bien, a continuación se presentará información obtenida de la base de datos del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, de algunos cursos a los cuales se tuvo acceso. Pues se realizaron llamadas a las personas registradas en la base de datos correspondiente a los años 2017, 2018 y 2019, para confirmar si aún se encontraban interesados en su realización, para su posterior apertura, ya que en los años anteriormente mencionados no se llegó a los cupos mínimos exigidos (15 personas) y por lo tanto no se abrieron. Esta información, sirve como base

para darle fuerza a la propuesta de Creación de Lineamientos de Marketing Digital, que ayuden a difundir la oferta académica ofrecida por el punto.

La relación de llamadas fue realizada durante el mes de octubre del 2019.

Gráfica 4. *Base de datos de las personas inscritas en el curso de Matemáticas Financieras I - años 2017, 2018 y 2019*

Marca temporal	Número de Documento:	Nombre y Apellidos:	Ocupación:	Entidad:	Celular o Teléfono:	Correo Electrónico:	Tipo de Documento	Relación de llamadas Octubre 2019
8/22/2017 14:49:58	1003465622	Gloria Julio Martinez	Estudiante	Universidad de córdoba	3218882050	gloriajulio16@gmail.com		ya no está interesada en realizarlo
9/2/2017 20:05:09	1041270120	Gabriel Ochoa Bello	Estudiante	Universidad de Córdoba	3105006018	gabrielchoa55@gmail.com		No contestan
9/25/2017 9:44:18	1067952159	Dayana Montes	Estudiante	Universidad de Córdoba	3106687239	dayanamcaldera@gmail.com		No contestan
10/10/2017 16:56:59	1067836429	EIDER WADITH HERNANDEZ GOMEZ	EMPLEADO	COMFACOR	3006678755	EHERNANDEZEPS@GMAIL.COM		ya no está interesado en realizarlo
10/13/2017 16:10:47	1067925309	AMIR ANDRÉS PATROUILLEAU ORTEGA	EMPLEADO	FUNDACIÓN NUEVOS H	3103658314	amirandres0708@gmail.com		ya no está interesado en realizarlo
11/22/2017 15:21:47	1067880732	Ricardo Algarin Alvarez	Ingeniero	Independiente	325163883	Rijaal1989g@gmail.com		ya no está interesado en realizarlo
11/24/2017 23:24:20	1038134805	luisa fernanda urrea reina	estudiante	universidad de cordoba	3147015529	luisaurea2011@gmail.com		ya no está interesada en realizarlo
11/27/2017 7:44:25	11106444	Carlos Mario Naranjo Fernandez	Contratista	Independiente	3218134809	carlitoma84@gmail.com		ya no está interesado en realizarlo
1/8/2018 10:48:34	1065005616	Andrés Felipe Santamaría Vargas	Estudiante	Universidad de Córdoba	3127955570	Ingenierosantamaria@gmail.com		ya no está interesado en realizarlo
1/20/2018 7:53:24	1003305749	Angel david manrique	Bachiller	Ninguna	3146749203	Basculapr@colanta.com.co		ya no está interesado en realizarlo
1/31/2018 15:35:40	1069506949	calos andres ortiz ojeda	NA	NA	3207959548	carlosortiz550@hotmail.com		ya no está interesado en realizarlo
2/3/2018 19:42:58	1067939626	henderson oviedo vargas	estudiante	universidad de cordoba	3215993723	henovi01@gmail.com		ya no está interesado en realizarlo
2/13/2018 17:29:46	1036680472	juan camilo zuluaga giraldo	empleado	barbados barber	3023718920	juancamilozuluaga1@gmail.com		ya no está interesado en realizarlo
5/23/2018 9:15:27	1063167930	Eva astrid altamiranda bastardo	Estudiante	Universidad de cordoba	3103987292	altamirandaeva@gmail.com		ya no está interesada en realizarlo
5/26/2018 12:13:42	1068661771	ingrid patricia martinez soto	estudiante	universidad de cordoba	3116026372	ingrixitamartinsoto179@gmail.com		ya no está interesada en realizarlo
5/28/2018 11:48:07	1069479436	jose carlos andrade avilez	estudiante	universidad de cordoba	3043989397	jota19ca@hotmail.com		ya no está interesado en realizarlo
6/14/2019 14:28:21	1062607806	JESUS DAVID OTERO DURANGO	INGENIERO	EMDISALUD	3008517083	jesuotero_1996@hotmail.com	C.C	Si se encuentra interesado
6/17/2019 11:58:46	1003397574	Ana Carolina Petro Contreras	Estudiante	Universidad de Córdoba	3007666394	Anacarolinapetro07@gmail.com	T.I	ya no está interesada en realizarlo
8/15/2019 12:01:57	1018496402	Juan Sebastian Correa Giraldo	Estudiante	Universidad de córdoba	3166216914	sebastiancorrea9710@gmail.com	C.C	ya no está interesado en realizarlo
8/21/2019 11:17:24	10779866	Johnny pico	Contador público	Independiente	3104983291	johnnypico15@gmail.com	C.C	ya no está interesado en realizarlo
8/22/2019 10:52:24	10821279	WILLIAM SALGADO GAMBOA	EMPLEADO	INTEGRATED CONSULT	3012799735	williams.0@hotmail.com	C.C	Si se encuentra interesado
8/22/2019 12:20:59	1063285442	ERIKA PAOLA MERCADO DUARTE	EMPLEADA	TAHUMA S.A.S.	3217531766	erikamercado112@hotmail.com	C.C	Ya no está interesada en realizarlo
8/23/2019 11:03:27	50914136	erika maria palomino chamoro	contador publico	independiente	3003349728	erikapalominochamorro@gmail.com	C.C	Si se está interesada en realizarlo
8/24/2019 12:45:57	8402439	Gerardo Alonso Jaramillo Montoya	contador	Independiente	3014051647	gerardoal_60@yahoo.es	C.C	ya no está interesado en realizarlo
8/25/2019 13:02:49	1067920364	Edwar Antonio Martínez Núñez	CONTADOR PUBLICO	UNISINU	3117101465	edwalmart93@gmail.com	C.C	ya no está interesado en realizarlo
9/4/2019 8:32:08	30685928	Daira Marcela Santos Garces	Estudiante	Universidad de Cartagena	3205138795	dairamarce@hotmail.com	C.C	Ya no está interesada en realizarlo
9/7/2019 12:02:37	1065013755	Andrea Carolina Padilla Jiménez	Estudiante	Universidad Cooperativa d	3117679774	caropadilla0904@gmail.com	C.C	Ya no está interesada en realizarlo
10/30/2019 10:50:54	1003049888	Vanessa Paola Vasquez Humanéz	Estudiante	Universidad de Córdoba	3014831811	vanessahumanéz2017@gmail.com	C.C	Si está interesada en realizarlo

Fuente: *Base de datos del Punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019.*



Tabla 1. *Personas inscritas en los años 2017, 2018 y 2019 en el curso de Matemáticas Financieras I*

Personas inscritas en el curso de Matemáticas Financieras I en los años 2017, 2018 y 2019		
Año	Número de personas	%
Año 2017	8	28,57%
Año 2018	8	28,57%
Año 2019	12	42,86%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Base de datos del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019*

Elaborado por: *Wendy Ramos Pereira*

En la tabla 1, podemos observar que en los respectivos años no se abrió el curso de Matemáticas Financieras I, debido a que no se completó el número mínimo de inscritos, pues para el año 2017 solo se inscribieron 8 personas, para el 2018, 8 personas y para el 2019, 9 personas.

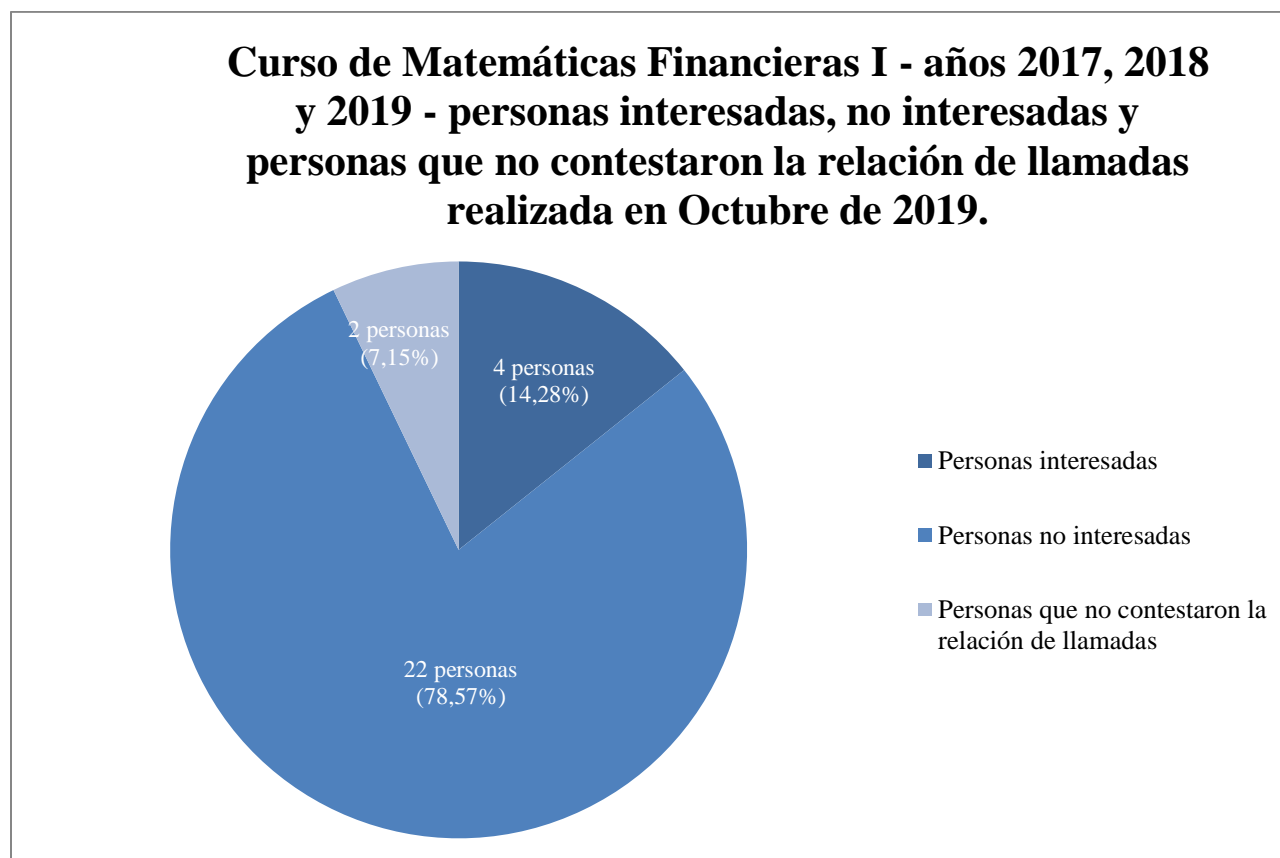
Tabla 2. *Respuestas de la relación de llamadas realizada en octubre de 2019.*

Curso de Matemáticas Financieras I en los años 2017, 2018 y 2019 - personas interesadas, no interesadas y personas que no contestaron en la relación de llamadas realizada en octubre de 2019.		
	Número de personas	%
Personas interesadas	4	14,28%
Personas no interesadas	22	78,57%
Personas que no contestaron	2	7,15%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Base de datos del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019*

Elaborado por: *Wendy Ramos Pereira*

Grafico 5. *Respuesta de la relación de llamadas realizada en octubre de 2019 para el curso de Matemáticas Financieras I.*



Fuente: *Base de datos del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019*

Elaborado por: *Wendy Ramos Pereira*

Análisis: Podemos observar, que de las 28 personas inscritas entre los años 2017, 2018 y 2019, solo 4 están interesadas en realizar el curso actualmente, con la información obtenida en la relación de llamadas realizada durante el mes de octubre de 2019, y por lo tanto este no abrió, ya que su demanda fue muy baja.

Grafico 6. Base de datos de las personas inscritas en el curso de Excel Básico – años 2017, 2018 y 2019

Marca temporal	Número de Identidad:	Nombre y Apellidos:	Ocupación:	Entidad:	Celular o Teléfono	Correo Electrónico:	Tipo de Documento:	RESPUESTA
7/26/2017 22:06:40	1067943661	Francisco javier guzmán	estudiante	independiente	3206552555	panamiur.boy@gmail.com		No contesta
8/1/2017 13:30:49	26203936	OalysLizeth Gonzalez Va	Estudiante	Universidad de Cordoba	3007361443	oalisgonzales@hotmail.com		Ya no se encuentra interesado
8/8/2017 15:01:12	463597	Ana Rita Rogado Ramires	Estudiante	Universidad de Cordoba	3108291570	Ritarogado@gmail.com		No contesta
8/10/2017 13:39:38	1067849946	ALEXANDER JAVIER RIN	ESTUDIANTE DE FINANZ	UNIVERSIDAD DE CORD	3148056249	Alexanderrincon2007@gmail.com		No contesta
8/13/2017 22:26:35	1067896762	GABRIEL ANDRES DIAZ	MEDICO VETERINARIO	INDEPENDIENTE	3217652712	gabo.dp341@gmail.com		Ya no se encuentra interesado
9/3/2017 1:08:01	1041270120	Gabriel Ochoa Bello	Estudiante	Universidad de Córdoba	3105006018	gabrielchoa55@gmail.com		Ya no se encuentra interesado
10/9/2017 1:29:33	50927745	Angela Sierra	Profesional independiente	Profesional independiente	3126658816	anglasierra1@hotmail.com		Ya no se encuentra interesado
10/10/2017 19:42:27	1067943268	MARIELA CAROLINA PA	TESORERA	COOTRASEC	3013123460	CARIL_SARMIENTO@HOTMAIL.COM		Ya no se encuentra interesado
10/12/2017 18:50:10	1067915938	Isaac david de oro merca	Estudiante	Unicordoba	3204384762	Isaacdeoro2@hotmail.com		Ya no se encuentra interesado
10/13/2017 21:09:18	1067925309	AMIR ANDRÉS PATROU	EMPLEADO	FUNDACIÓN NUEVOS H	3103658314	amirandres0708@gmail.com		Ya no se encuentra interesado
11/23/2017 12:33:38	1066735749	CARMEN CRISTINA ALV	AUXILIAR CONTABLE	MILLENIUM SISTEMAS	3104293973	CANDM24@HOTMAIL.COM		Ya no se encuentra interesado
12/4/2017 3:31:00	1066745432	Arley José Suárez Calle	Empleado	Gestica-olimpica	3122969166	Ajscalles@hotmail.com		Ya no se encuentra interesado
1/8/2018 16:25:41	1067930113	maria jose jaramillo robes	estudiante	persona natural	3003361304	mariajaramillorobles@gmail.com		Ya no se encuentra interesado
1/15/2018 18:21:31	1102820792	Sara Flórez vergara	Ingeniero sanitario y ambi	Adesa	3507997750	Fishara8@hotmail.com		No contesta
2/24/2018 23:09:57	1193154046	Rosa angelica bello ramir	Ama de casa	Salud total	3013849632	Angelicabello727@gmail.com		Ya no se encuentra interesado
4/6/2018 17:26:04	1067909470	CRISTIAN HERNANDEZ I	EMPLEADO	MEDICINA INTEGRAL SA	3103632751	cdhmoreno@hotmail.com		Ya no se encuentra interesado
2/24/2019 15:26:38	1067945987	Maria stella arismendy rai	Estudiante	Unisinu	3218883416	mariastellaarismendy@Hotmail.com		No contesta
4/25/2019 22:14:10	1067898664	Camilo Hernandez Carder	Contador Publico	Reforestadora Del Sinu	7899333	chernandez@refosinu.com		Ya no se encuentra interesado
6/6/2019 23:03:27	34977826	LUZ MARINA MUÑOZ CA	CONTADORA	CLINICA MONTERIA	3173417840	luzmunozcarvajal@htmail	C.C	Si se encuentra interesada
6/12/2019 23:04:05	1066731036	Navia perez	Independiente diente	Idependiente	3012495255	Naviaperez74@gmail.com	C.C	Si se encuentra interesada
6/18/2019 16:16:48	1233338164	andres felipe lopez galea	laborar	e.s.e camu los córdobas	3042065267	andreslg07@outlook.com	C.C	Si se encuentra interesada
7/11/2019 14:23:14	1064990649	Aida lucia santos ortiz	Ing agronoma	Fenalce	3016810334	Aidasant1@hotmail.com	C.C	Ya no se encuentra interesada
8/1/2019 5:17:00	1065014614	Angélica María Avila	Estudiante	Universidad de cordoba	3002277321	angelicasoy1@gmail.com	C.C	Ya no se encuentra interesada
8/15/2019 17:00:52	1018496402	Juan sebastian Correa Gii	Estudiante	Universidad de Córdoba	3166216914	sebastiancorrea9710@gr	C.C	Ya no se encuentra interesado
8/21/2019 16:15:01	1067855883	Johelys Esquivel Rivero	Contadora	Metrosinu	3106167333	contador.metro@metrosir	C.C	Ya no se encuentra interesada
8/21/2019 16:30:32	1067871224	ferney romero	consultor contable	sisma	3116710158	cpferneyromero@gmail.cc	C.C	Si se encuentra interesado
8/21/2019 16:34:41	1067876718	DINA POSADA CHICA	CONTADORA	MISION PERSONAL LTD.	3005539353	dina.p16@hotmail.com	C.C	Ya no se encuentra interesada
8/21/2019 18:09:13	1067850692	irlena lacharme bohorquez	contador publico	grupo empresarial panal	3004927265	irlenlacharme@gmail.com	C.C	No contesta
8/22/2019 15:00:50	98762359	Carlos Ramírez Jayk	Administrativo (Cuentas n	ONCOMEDICA S.A	3024319605	carlosramirezjayk@gmail	C.C	No contesta
8/22/2019 15:50:23	10821279	William Salgado Gamboa	Empleado	INTEGRATED CONSULTA	3012799735	williams.0@hotmail.com	C.C	Si se encuentra interesado
8/22/2019 16:29:56	1233338250	SEBASTIAN PEREZ RAM	AUXILIAR DE CONTABILI	DUMAR INGENIEROS SA	3158796676	sebas081279@gmail.com	C.C	Si se encuentra interesado
8/22/2019 17:15:46	1063285442	ERIKA PAOLA MERCADI	EMPLEADA	TAHUMA S.A.S.	3217531766	erikaercado112@hotmail	C.C	Ya no se encuentra interesada
8/22/2019 20:59:32	11038307	ORLANDO SOTOMAYOF	CONTADOR PUBLICO	CGR	3135395675	ojsl31@outlook.com	C.C	Si se encuentra interesada
8/23/2019 16:02:31	50914136	erika maria palomino char	contador publico	independiente	3003349728	erikamariapalomino@gm	C.C	No contesta
8/23/2019 22:56:54	1069493384	MARIA FERNANDA RES	EMPLEADA	SURAMERICANA	3023290168	mariaestan20@hotmail.c	C.C	si se encuentra interesada
8/25/2019 19:40:07	50913555	arleth sierra	estudiante	uniciencia	3003491433	aesierraj@hotmail.com	C.C	No se encuentra interesada, ya lo realizó
8/31/2019 1:47:58	34988293	gloria excelicia otalvaro	jir docente, Contador horario	CECAR	3152600145	gloria.otalvaro@cecar.edu	C.C	Si se encuentra interesada
9/4/2019 13:30:29	30685928	Daira Marcela Santos Gai	Estudiante	Universidad de Cartagena	3205138795	dairamarce@hotmail.com	C.C	No se encuentra interesada
9/5/2019 10:01:32	1082856576	Eliana de la Cruz	Diseñadora de modas	Independiente	3004626072	elianacaro2887@gmail.cc	C.C	No se encuentra interesada
9/11/2019 4:20:53	1065003384	VICTOR HERNANDEZ	ADMINISTRADOR	DOMINA	3215935135	victorhdz_1494@hotmail	C.C	No se encuentra interesado

Fuente: Base de datos del Punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019.

Tabla 3. *Personas inscritas en los años 2017, 2018 y 2019 en el curso de Excel Básico*

Personas inscritas en el curso Excel Básico en los años 2017, 2018 y 2019		
Año	Número de personas	%
Año 2017	12	30%
Año 2018	4	10%
Año 2019	24	60%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Base de datos del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019*

Elaborado por: *Wendy Ramos Pereira*

En la tabla 3, podemos observar que en los respectivos años no se abrió el curso de Excel Básico, debido a que no se completó el número mínimo de inscritos, para el año 2017 se inscribieron 12 personas, para el 2018 solo 4 y para el 2019, 24 personas, pero en meses diferentes.

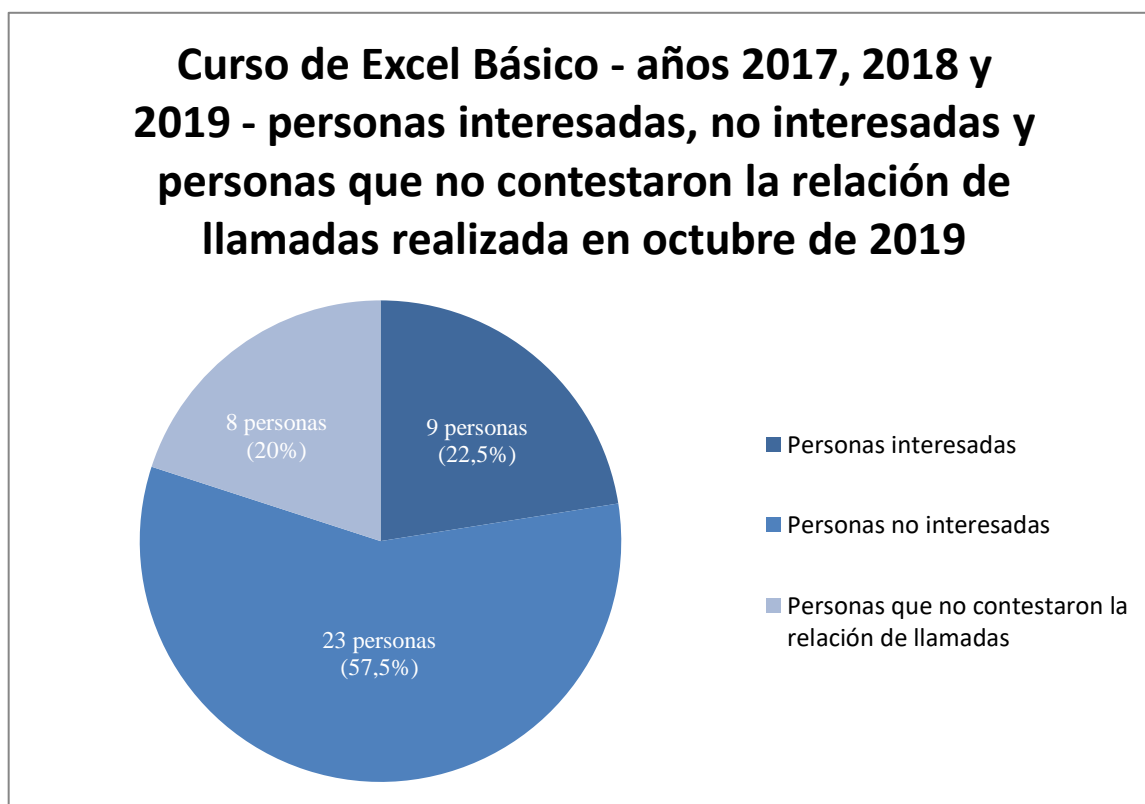
Tabla 4. *Respuestas de la relación de llamadas realizada en octubre de 2019 para el curso de Excel Básico.*

Curso de Excel Básico en los años 2017, 2018 y 2019 - personas interesadas, no interesadas y personas que no contestaron en la relación de llamadas realizada en octubre de 2019.		
	Número de personas	%
Personas interesadas	9	22,5%
Personas no interesadas	23	57,5%
Personas que no contestaron	8	20,0%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Base de datos del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019*

Elaborado por: *Wendy Ramos Pereira*

Grafico 7. *Respuesta de la relación de llamadas realizada en octubre de 2019 para el curso de Excel Básico.*



Fuente: *Base de datos del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019*

Elaborado por: *Wendy Ramos Pereira*

Análisis: Podemos observar, que de las 40 personas inscritas entre los años 2017, 2018 y 2019, solo 9 están interesadas actualmente en realizar el curso, con la información obtenida de la relación de llamadas realizada durante el mes de octubre del 2019, y por lo tanto este no abrió este año, ya que fueron pocos los interesados en su realización.

Grafico 8. *Base de datos de las personas inscritas en el curso de Excel Intermedio – años 2017, 2018 y 2019*

Marca temporal	Número de Identidad:	Nombre y Apellidos:	Ocupación:	Entidad:	Celular:	Correo Electrónico:	Respuestas
7/28/2017 11:10:48	1067919947	María Camila Velasco Pa	Bacterióloga	Universidad de Córdoba	3167463527	camiiivelasco14@gmail.com	Si se encuentra interesada
7/28/2017 12:40:14	1067899743	Yira Reyes Tavera	Investigadora	Unicordoba	3015596468	yireta444@hotmail.com	Si se encuentra interesada
11/23/2017 11:45:35	463597	Ana Rita Rogado Ramires	Estudiante	Universidad de Cordoba	3108291570	ritarogado@gmail.com	No contesta
1/15/2018 14:10:04	1102820792	Sara Flórez vergara	Ingeniero	Adesa	3507997728	Fishara8@hotmail.com	No contesta
2/9/2018 16:18:45	1049320709	Yurlevis Rico Acosta	Independiente	Casa	3107012825	yuria.2120@gmail.com	Ya no se encuentra interesada
2/23/2018 10:14:39	1073826929	José Ignacio Correa Ram	Enfermero Jefe	Baxter RTS	3235797796	joigcora@gmail.com	Si se encuentra interesado
4/6/2018 12:24:06	1067909470	CRISTIAN HERNANDEZ I	EMPLEADO	MEDICINA INTEGRAL SA	3103632751	cdhmoreno@hotmail.com	Si se encuentra interesado
4/25/2019 17:12:39	1067898664	camilo hernandez carden	contador publico	reforestadora del sinu	7899333	chemandez@refosinu.com	Ya no se encuentra interesado, ya lo realizó
6/6/2019 19:31:31	1064989183	LIDIS FLORE	LIDER COMERCIAL	CORASEO	3006853926	jayli_0713@hotmail.com	Si se encuentra interesada
6/17/2019 16:12:48	1003404462	Angie Carolina Otero Sala	Contadora Publica	independiente	3226067978	angieeotero@hotmail.com	No contesta
6/19/2019 12:19:58	1003309664	Anyis Paola Alarcón Fue	Graduada	Universidad Cooperativa d	3043323566	anyis1227@gmail.com	No se encuentra interesada
9/10/2019 23:22:15	1065003384	VICTOR HERNANDEZ PE	ADMINISTRADOR	DOMINA	3215935135	victorhdz_1494@hotmail.com	Si se encuentra interesado
10/1/2019 13:57:30	1067897944	Lorena Reyes Lora	Docente Auxiliar	Universidad de Córdoba	3004705457	enarys@gmail.com	Si se encuentra interesada

Fuente: *Base de datos del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019*

Tabla 5. *Personas inscritas en los años 2017, 2018 y 2019 en el curso de Excel Intermedio*

Personas inscritas en el curso Excel Intermedio en los años 2017, 2018 y 2019		
Año	Número de personas	%
Año 2017	3	23,08%
Año 2018	4	30,77%
Año 2019	6	46,15%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Base de datos del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019*

Elaborado por: *Wendy Ramos Pereira*

En la tabla 5, podemos observar que en los respectivos años no se abrió el curso de Excel Intermedio, debido a que no se completó el número mínimo de inscritos, pues para 2017 se inscribieron solo 3 personas, para el 2018, 4 personas y para el 2019, 6 personas.

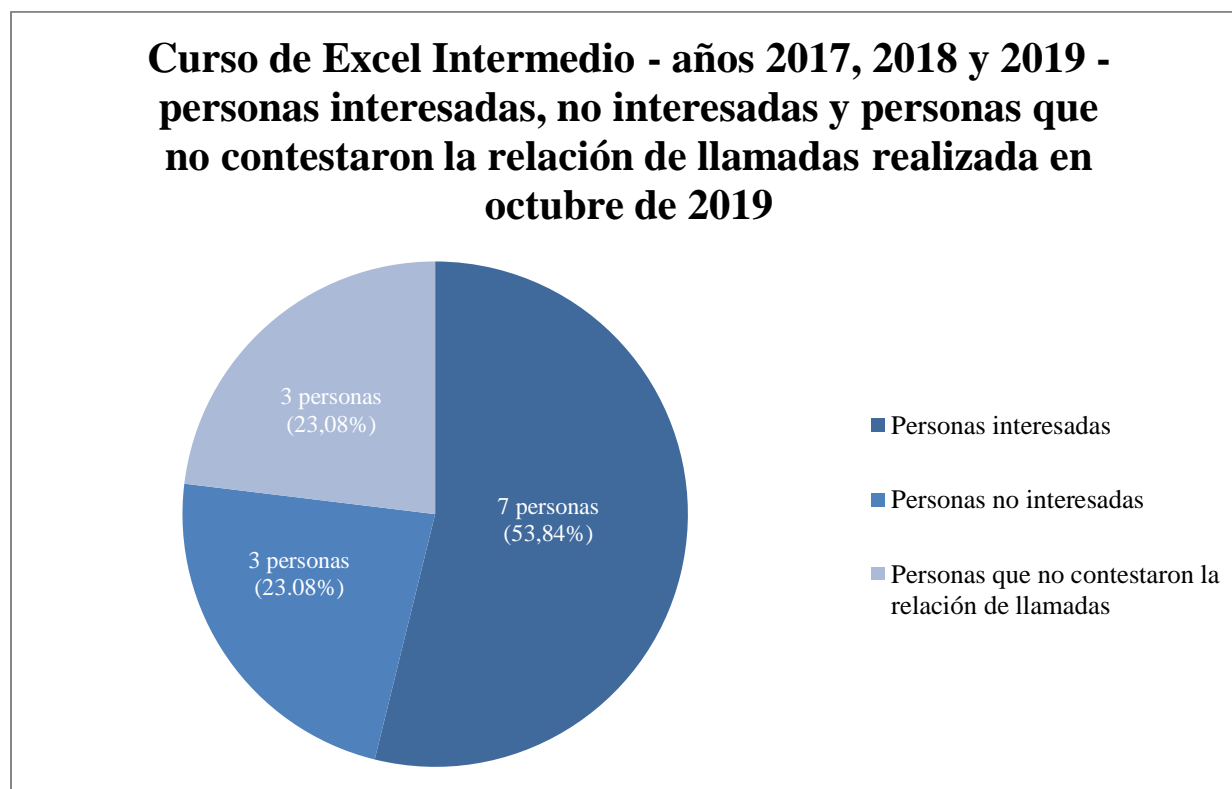
Tabla 6. *Respuestas de la relación de llamadas realizada en octubre de 2019 para el curso de Excel Intermedio.*

Curso de Excel Intermedio en los años 2017, 2018 y 2019 - personas interesadas, no interesadas y personas que no contestaron en la relación de llamadas realizada en octubre de 2019.		
	Número de personas	%
Personas interesadas	7	53,84%
Personas no interesadas	3	23,08%
Personas que no contestaron	3	23,08%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Base de datos del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019*

Elaborado por: *Wendy Ramos Pereira*

Grafico 9. *Respuesta de la relación de llamadas realizada en octubre de 2019 para el curso de Excel Intermedio*



Fuente: *Base de datos del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019*

Elaborado por: *Wendy Ramos Pereira*

Análisis: Podemos observar, que de las 13 personas inscritas entre los años 2017, 2018 y 2019, en el curso de Excel Intermedio, solo 7 están interesadas actualmente en realizar el curso y por lo tanto este no abrió este año, ya que fueron pocos los interesados en su realización, al igual que los demás cursos ya presentados anteriormente, con la información obtenida de la relación realizada durante el mes de octubre del 2019.



Ahora bien, con algunos de los cursos a los cuales se tuvo acceso para mostrar evidencias en este informe, se puede observar que hay una demanda muy baja de los diferentes cursos ofrecidos, puesto que no se logra llegar al cupo mínimo que es de 15 personas por curso, y por lo tanto no se realiza su apertura, es por ello que se propone la implementación de Lineamientos de Marketing Digital, para que estos se puedan difundir de una manera más efectiva y con mayor alcance, para que llegue a más personas tanto del Departamento de Córdoba como demás departamentos aledaños y así estas puedan acceder a la oferta académica del punto y aumente su demanda.

### **3.2. Delimitación del problema**

La delimitación del problema se encuentre arraigada al área de mercadeo del punto de la Bolsa de Valores, adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas del Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales de la Universidad de Córdoba, debido a que la oferta académica cuenta con una demanda muy baja, y varios cursos ofrecidos no han podido ser abiertos desde que se inició su oferta, ya que no se cumple con el número mínimo de personas para acceder a estos. Además, al tener una oferta académica que no solo va dirigida a estudiantes de la Universidad de Córdoba, sino a cualquier persona perteneciente tanto al Departamento de Córdoba como demás departamentos aledaños interesados en su realización, se esperaría que mucha más personas se inscribieran en estos, pero al contar con poca promoción y difusión de los servicios ofrecidos, las personas no se enteran de estas ni de la existencia del punto de Bolsa en el departamento. Lo que conlleva a que no se llegue a un punto de equilibrio, que permita la viabilidad de las ofertas académicas del punto de la Bolsa de Valores, debido a la poca publicidad que se le hace a estos servicios y por ello no se obtienen los resultados deseados.

**3.3. Formulación del problema:**

¿Qué Lineamientos de Marketing Digital se deben implementar, para mejorar la promoción y difusión de los servicios ofrecidos por el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, en convenio con la Bolsa de Valores de Colombia?

### 3.4. Cruce de estrategias DOFA

Tabla 7. *Cruce de estrategias DOFA*

<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>F1. Diplomados más económicos F2. Amplia oferta de cursos y diplomados F3. Charlas gratuitas F4. Diplomados con convenios internacionales y vía streaming F5. Único punto de bolsa en el departamento. F6. Instalaciones bien dotadas de equipos.</p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>D1. Usuarios poco activos D2. Dificil acceso a los links de inscripción D3. Poca generación de contenido.</p>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>A1. Poca divulgación por medios digitales que hacen difícil el acceso de los usuarios a los servicios ofrecidos, lo que genera que se tenga una baja demanda.</p>	<p><b>ESTRATEGIA FA</b></p> <p>Aprovechar las fortalezas F1, F2, F3, F4 Y F6, con las que cuenta el punto de la Bolsa de Valores ubicado en la Universidad de Córdoba, y divulgarlos mediante los lineamientos de Marketing Digital, para que estos lleguen a muchas más personas y aumente la demanda de los servicios ofrecidos.</p>	<p><b>ESTRATEGIA DA</b></p> <p>Fortalecer los medios de difusión de los servicios ofrecidos por el Punto de la Bolsa de Valores mediante lineamientos de Marketing digital para minimizar D1, D2 y D3 y A1</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>O1. Fácil transporte y acceso al punto O2. Amplia oferta en el departamento de carreras afines a los mercados y economía O3. Generación de interés por invertir en el mercado bursátil.</p>	<p><b>ESTRATEGIA FO</b></p> <p>Aprovechar las Oportunidades O1, O2 Y O3, para que las personas puedan acceder a los servicios ofrecidos F1, F2, F3 y F4.</p>	<p><b>ESTRATEGIA DO</b></p> <p>Atraer clientes por medio de la publicidad digital, con el fin de aprovechar las oportunidades O1, O2 Y O3, y minimizar D1, D2 Y D3.</p>

Fuente: *Punto Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, 2019.*

Elaborado por: *Wendy Ramos Pereira*

### **3.5. Actividades desarrolladas en la entidad**

En el segundo periodo académico del 2019 (2019 – II), en el cual me encuentro realizando las prácticas empresariales en el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba en convenio con la Bolsa de Valores de Colombia, en mis funciones a desarrollar se encuentran:

- 1.** Apoyar la logística de eventos que realiza el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, ya sea dentro de sus instalaciones o fuera de estas.
- 2.** Clasificar y archivar documentos bajo los lineamientos solicitados.
- 3.** Tomar y digitar listas de asistencia y encuestas tomadas en las charlas y eventos realizados por el Punto de la BVC y tomar la evidencia respectiva (fotos y videos).
- 4.** Realizar llamadas a personas interesadas en la realización de los cursos, charlas, eventos y diplomados ofertados por el punto, que se encuentran registradas en la base de datos, para ofrecerles información sobre fechas de inicio, pago, plan de estudios y fechas de pago.
- 5.** Proyectar las clases vía streaming del diplomado en Gestión de Inversiones ofertado por el punto, y estar pendiente por si se presenta alguna eventualidad (asistencia a 4 sesiones del diplomado).

### 3.6. Plan de trabajo

Tabla 8. *Plan de trabajo*

Plan de trabajo	
Entidad	Universidad de Córdoba
Dependencia	Punto Bolsa de Valores
Título del trabajo	Propuesta para la creación de Lineamientos de Marketing Digital para el Punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba en Convenio con la Bolsa de Valores de Colombia.
Objetivos del trabajo	El presente trabajo tiene como objetivo principal, proponer lineamientos de Marketing Digital para el Punto de la Bolsa de Valores ubicado en la Universidad de Córdoba en convenio con la Bolsa de Valores de Colombia. Que le permitan realizar una mejor difusión de sus servicios y actividades.

Fases	
Reconocimiento de la dependencia	Conocimiento de las generalidades de la dependencia y sus funciones.
Inicio de la realización de las funciones	<p>Realización de las funciones asignadas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Apoyar la Logística de eventos</li> <li>❖ Clasificar y archivar documentos</li> <li>❖ Tomar y digitar listas de asistencia y encuestas de satisfacción de las diferentes actividades realizadas por el punto de la Bolsa de Valores ubicado en la Universidad de Córdoba y tomar las evidencias respectivas como: fotos y vídeos.</li> <li>❖ Realizar llamadas a las personas interesadas en los servicios ofrecidos por el punto como lo es: charlas, cursos, diplomados, juegos y eventos.</li> <li>❖ Proyectar las clases vía streaming del diplomado en Gestión de Inversiones ofertado por el punto, y estar pendiente por si se presenta alguna eventualidad. (Asistencia a 4 sesiones del diplomado).</li> </ul>

Identificación del problema	<p>Recolección de información para posterior identificación del problema a tratar, el cual va enfocado en la poca demanda que tienen los diferentes servicios ofrecidos por el punto de la Bolsa de Valores ubicado en la Universidad de Córdoba, debido a la poca difusión por medios digitales, lo cual genera que la información no llegue a todos los habitantes del Departamento de Córdoba y demás Departamentos aledaños, interesados en todo lo referente al Mercado de Valores y los diferentes servicios ofrecidos por el punto.</p>
Análisis de resultados	<p>Organización y estructuración de toda la información contenida en el informe, para posteriormente dar respuesta a la problemática encontrada, de la cual se tuvo como resultado la Propuesta de Creación de Lineamientos de Marketing Digital, que lo integra la difusión de los diferentes servicios ofrecidos por medio de redes sociales, como lo son: Facebook, Instagram y Twitter, en las cuales, se podrán difundir los diferentes servicios ofrecidos de manera más eficiente y así se logrará llegar a muchas más personas tanto del Departamento de Córdoba y demás departamentos aledaños.</p>
Informe final	<p>Entrega de correcciones solicitadas y trabajo final al tutor Académico y Práctico</p>

---

Autoría propia

### 3.7. Cronograma de actividades

Tabla 9. *Cronograma de actividades*

A continuación, se presenta el cronograma de actividades relacionado semanalmente

Cromograma de actividades		2019															
Diagrama de Gantt		Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
N° Actividad	Descripción	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Actividad 1	Designación de la dependencia																
Actividad 2	Conocimiento de las generalidades de la																
Actividad 3	Designación del área de trabajo																
Actividad 4	Inicio de funciones																
Actividad 5	Recopilación de información																
Actividad 6	Análisis e identificación del problema																
Actividad 7	Entrega de la información obtenida al tutor asesor																
Actividad 8	Entrega del primer avance																
Actividad 9	Entrega de correcciones																
Actividad 10	Entrega del segundo avance																
Actividad 11	Entrega de correcciones																
Actividad 12	Entrega del trabajo final al tutor asesor																
Actividad 13	Revisión y ajustes por parte del tutor asesor																
Actividad 14	Aprobación del tutor																
Actividad 15	Entrega del trabajo final al Comité de Acreditación y																
Actividad 16	Entrega de concepto sobre el informe final por parte del																
Actividad 17	Entrega de correcciones finales al jurado																

Autoría propia

### **3.8. Descripción detallada de las actividades**

#### **3.8.1. Reconocimiento institucional y asignación de funciones.**

Estas actividades se orientaron en la identificación y caracterización de la dependencia, reconocer las diferentes actividades y funciones que realiza el Punto de la Bolsa de Valores ubicado en la Universidad de Córdoba, conocer su misión y su visión y además de ello, ser parte de la logística de los eventos ofrecidos por el punto y la realización de mis funciones, las cuales iniciaron el día 3 de septiembre del 2019; día en el cual me fueron asignadas mis funciones.

#### **3.8.2. Búsqueda de la información e identificación de situación problema.**

Previamente, se me fue asignado un tutor académico para guiar mi proceso de la elaboración del informe final, posterior a ello, inicié el proceso de investigación para encontrar alguna debilidad en la dependencia en la cual me encontraba realizando las prácticas empresariales, que fuese mi punto de partida para iniciar con mi trabajo de investigación, para consecutivamente, encontrarle una solución acertada.

#### **3.8.3. Entrega de información, avances del informe al tutor académico y respectivas correcciones**

La información recolectada durante mi proceso de prácticas empresariales, fue presentada al tutor académico en la segunda semana del mes de septiembre del 2019, en la cual debatimos a partir de la información recolectada el posible título del proyecto, luego de esto, entregamos el primer avance del proyecto, el cual correspondía al primer capítulo, en esa misma sesión se nos orientó para la realización de correcciones a la primera entrega y los lineamientos e información que se debían presentar en el siguiente encuentro, al cual correspondía el segundo capítulo, que



fue presentado el día 10 de octubre del 2019, en el cual se hicieron algunas anotaciones para corregir y las siguientes actividades a realizar.

#### **3.8.4. Aprobación por parte del tutor entidad y tutor académico.**

Luego de realizar todas las correcciones pertinentes y tener terminado el informe final, es presentado al tutor entidad y al tutor académico, para su posterior aprobación.

#### **3.8.5. Entrega del informe final**

Se hace entrega del informe final al comité de acreditación y currículo de un ejemplar original, una copia, y también, una copia en medio digital.

### 3.9. Propuesta de mejoramiento

Los planes de mejoramiento, nos ayudan a direccionar de una mejor forma los procesos realizados por las empresas que están presentando falencias. Deming (1996), afirma “que según la óptica del autor, la administración de la calidad total requiere de un proceso constante, que será llamado mejoramiento continuo, donde la perfección nunca se logra pero siempre se busca”.

Ahora bien, en el marco de realización de las prácticas empresariales, al determinar el punto de partida al que iría enfocado, se procedió a encontrar soluciones que ayudaran a difundir la oferta académica del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba (cursos, diplomados, charlas, seminarios y concursos). Con las situaciones mencionadas en la descripción del problema, se establecieron algunos lineamientos, que pueden ayudar a dar a conocer los servicios del punto a muchas más personas, por medios digitales.

Teniendo en cuenta, que por políticas de la Universidad de Córdoba, el área de comunicaciones es la única autorizada para publicar en los Medios de Comunicación Institucionales (Unicordoba estéreo, Circuito interno de Televisión, El Faro, Boletín de Prensa, Boletín Virtual, Twitter:

@Unicordoba\_Col, Instagram: unicordoba\_colombia, Youtube: unicortv en Facebook:

Unicórdoba Montería, Correo comunicaciones, Boletín – Noticialidad, Revista MVZ Córdoba y Revista de Temas Agrarios), todos los contenidos informativos y de ofertas académicas de las diferentes dependencias pertenecientes a la universidad como lo es: Bienestar Universitario, el Punto de la Bolsa de Valores, Postgrados y las diferentes facultades que la integran, entre otras. Y al ir enfocada la propuesta en difundir la publicidad por medios de redes sociales (Twitter, Facebook e Instagram), se debe tener en cuenta esta política.

Con el propósito de comunicar y visibilizar el quehacer institucional a toda la comunidad universitaria y en general, las redes sociales institucionales son una herramienta de masificación de la información de manera oportuna, veraz y confiable. Twiter, Instagran, Facebook y Youtube, hacen parte del paquete comunicativo en las que se lideran estrategias de apropiación, conocimiento y posicionamiento de la Institución. Teniendo en cuenta lo anterior es de cumplimiento la no habilitación de cuentas de redes sociales de la Universidad desde otra dependencia diferentes a las oficiales, la idea es manejar una unidad de criterio en las informaciones que se publican a través de estos nuevos medios, la Universidad solo entrega información institucional a través de las cuentas Twitter: @Unicordoba\_Col Instagran: unicordoba\_colombia, Youtube: unicortv en Facebook: Unicórdoba Montería (Política de Comunicaciones Universidad de Córdoba, 2019, p.11).

De igual forma, se debe tener en cuenta el Manual de Imagen Visual Corporativa de la Universidad de Córdoba, donde se encuentran todas las directrices a seguir para la presentación de publicaciones institucionales y para la creación de diseños.

La imagen visual corporativa comprende la expresión física de la marca Universidad de Córdoba, en ella se hace alusión a todo tipo de manifestación de identidad que promueve la Institución a través de elementos comunicacionales y publicitarios palpables. Desde su creación la Universidad de Córdoba ha sido representada por su escudo institucional, pieza esta que identifica y reconoce desde cualquier ámbito en el que esté plasmado el nombre de la Universidad, sin tener inclusive que entrar en ella. Es deber de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas garantizar desde toda óptica el cuidado, utilización y consolidación de la marca Universidad de Córdoba, evitar cualquier variación o alteración en su concepto entre

ellos logotipos, logo, símbolos, el nombre de la institución, códigos cromáticos, submarcas y subemisores (Política de Comunicaciones Universidad de Córdoba, 2019, p.20).

Ahora bien, teniendo cuenta las políticas mencionadas anteriormente, se propone la implementación de Lineamientos de Marketing Digital, que ayuden a difundir mediante las redes sociales de la Universidad de Córdoba (Facebook, Twitter e Instagram) toda la oferta académica ofrecida por el punto de la Bolsa de la Valores de la Universidad de Córdoba, con el fin de ofertar y dar a conocer tanto a los estudiantes de la Universidad de Córdoba, como demás personas particulares interesadas en la realización de estos, y lograr con ello que más personas se inscriban, realicen y asistan a los diferentes servicios ofrecidos .

Es por ello, que se pretende difundir mediante las redes sociales de Facebook, Instagram y Twitter, oficiales de la Universidad de Córdoba, toda la información relacionada con los servicios ofrecidos por el punto, los medios de pago, links de los planes de estudio, fechas de inicio, valor, modalidad, los links de inscripción, entre otros, en los cuales se utilicen los hashtag de #Montería, #UniversidaddeCordoba, #PBVCUnicor, con el fin de que cuando las personas busquen algún tipo de información, se relacionen las palabras y les aparezcan como recomendaciones y observen la publicidad. Además, de crear campañas promocionales por estas mismas como: descuentos por primeras inscripciones o por compartir la publicidad en sus redes sociales, para atraer y motivar a las personas a acceder a los servicios ofrecidos.

Ahora bien, para lograr esto, se deben implementar unos Lineamientos de Marketing Digital, atendiendo a las políticas exigidas por el área de comunicaciones, para que así estos difundan todo lo relacionado con la oferta académica, en las redes sociales oficiales de la Universidad de Córdoba.

Los lineamientos a seguir son los siguientes:

1. Proponer a la administradora del Punto de la Bolsa ubicado en la Universidad de Córdoba, el plan de acciones a seguir para la difusión de la oferta académica.
2. Enviar con 15 días de anticipación al área de publicaciones, la solicitud por medio del Formato de Solicitud de Servicios (FCOM 001), la elaboración del diseño, con toda la información referente a este, como: Nombre de la actividad (diplomados, cursos, charlas, conferencias o concursos), fechas de inscripción, precio y modalidad.
3. presentar los diseños a la administradora del punto para que dé su visto bueno.
3. Enviar los diseños a comunicaciones con 5 días de anticipación a la fecha que se espera la publicación, una carpeta que contenga: los diseños elaborados, los hashtags a utilizar y un cronograma, en el cual irá la red social en la que se quiere que se publique, el nombre del curso, las fechas de publicación, frecuencia de la publicación, hora, objetivo de la publicidad, tipo de contenido a utilizar (fotos, videos, otros), el mensaje que llevará e información adicional, que se quiera añadir. Cabe resaltar, que Comunicaciones solo permite realizar una publicación por red social por día a cada dependencia.
4. Finalmente, se espera que comunicaciones revise la propuesta enviada, en la cual verificará que se cumpla con todos los parámetros de Imagen Visual Corporativa exigidos. Si es aceptada, se publicaran las publicidades relacionadas en el cronograma elaborado, en los tiempos y fechas establecidos en el mismo.

A continuación, se adjuntaran algunas imágenes del cronograma realizado mediante una macro, en el cual se ingresan los datos y al terminar de diligenciarlos correctamente, se da click en el


botón ingresar datos y estos pasan automáticamente al cronograma diseñado, para posteriormente enviarlo a comunicaciones.

Cabe resaltar, que el cronograma puede ser realizado mediante criterio propio y no se acoge a ninguna política de comunicaciones.

Gráfica 10.

*Ingreso de datos al Cronograma de publicaciones en redes sociales para el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba*

CRONOGRAMA DE PUBLICIDADES EN REDES SOCIALES - PUNTO BOLSA DE VALORES DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA	
* Campos obligatorios	
Red social (Facebook, Instagram o Twitter)*	<input type="text"/>
Fecha de Publicación (DD/MM/AAAA)*	<input type="text"/>
Hora de lanzamiento*	<input type="text"/>
Frecuencia de la publicación*	<input type="text"/>
Título del contenido*	<input type="text"/>
Objetivo del mensaje*	<input type="text"/>
Link de inscripción (si lo hay)*	<input type="text"/>
Tipo de contenido visual*	<input type="text"/>
Mensaje / Tweet*	<input type="text"/>
Información adicional*	<input type="text"/>

Ir al cronograma 

Gráfica 11.

*Cronograma de publicaciones en redes sociales para el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba*

CRONOGRAMA DE PUBLICIDADES DE REDES SOCIALES - PUNTO BOLSA DE VALORES DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA									
Red social	Fecha de publicación	Hora de lanzamiento	Frecuencia de la publicación	Título del contenido	Objetivo del mensaje	Link de inscripción (si lo hay)	Tipo de contenido visual	Mensaje / Tweet	Información Adicional

Gráfica 12.

*Ingreso de datos al Cronograma de publicaciones en redes sociales para el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba (ejemplo - diligenciado).*

CRONOGRAMA DE PUBLICIDADES EN REDES SOCIALES - PUNTO BOLSA DE VALORES DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA	
* Campos obligatorios	
Red social (Facebook, Instagram o Twitter)*	Instagram y Facebook
Fecha de Publicación (DD/MM/AAAA)*	17/12/2019
Hora de lanzamiento*	09:00 a.m
Frecuencia de la publicación*	1 vez
Título del contenido*	Curso de Excel Básico
Objetivo del mensaje*	Generar interés en la realización del curso
Link de inscripción (si lo hay)*	<a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfA5dxx7HRESd1seJiSY7r-ONARCta3PC60Ds74z97iFNTCA/viewform?c=0&amp;w=1">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfA5dxx7HRESd1seJiSY7r-ONARCta3PC60Ds74z97iFNTCA/viewform?c=0&amp;w=1</a>
Tipo de contenido visual*	Foto
Mensaje / Tweet*	¿Qué esperas para inscribirte a nuestro curso de Excel Básico y conocer los principales aspectos generales de esta herramienta?
Información adicional*	Modalidad del curso: Presencial

Ir al cronograma 

INSERTAR DATOS LIMPIAR DATOS



Gráfica 13. *Cronograma de publicidades en redes sociales para el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba*  
(ejemplo -diligenciado)

CRONOGRAMA DE PUBLICIDADES DE REDES SOCIALES - PUNTO BOLSA DE VALORES DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA									
Red social	Fecha de publicación	Hora de lanzamiento	Frecuencia de la publicación	Título del contenido	Objetivo del mensaje	Link de inscripción (si lo hay)	Tipo de contenido visual	Mensaje / Tweet	Información Adicional
Instagram y Facebook	20/02/2020	9:00 a.m	1 Vez	Diplomado en Gestión de Inversión	Atraer a las personas interesadas en la realización del diplomado	<a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScKaXIBuCK3FH-UrT3JqkuBnCQlaMG8kdBSCiyH_o-uaGkMmg/viewform">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScKaXIBuCK3FH-UrT3JqkuBnCQlaMG8kdBSCiyH_o-uaGkMmg/viewform</a>	Web banner	Esta es tu oportunidad de inscribirte en nuestro diplomado, dando click en el enlace: <a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScKaXIBuCK3FH-UrT3JqkuBnCQlaMG8kdBSCiyH_o-uaGkMmg/viewform">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScKaXIBuCK3FH-UrT3JqkuBnCQlaMG8kdBSCiyH_o-uaGkMmg/viewform</a>	Nota: publicar en historias de instagram con duración de 24 horas
Instagram, Facebook	15/02/2020	9:00 a.m	1 Vez	Diplomado en Gestión de Inversión	Generar interés en la realización del diplomado	<a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScKaXIBuCK3FH-UrT3JqkuBnCQlaMG8kdBSCiyH_o-uaGkMmg/viewform">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScKaXIBuCK3FH-UrT3JqkuBnCQlaMG8kdBSCiyH_o-uaGkMmg/viewform</a>	Web banner	¿Quieres tener un valor agregado en tu hoja de vida? ¡Esta es tu oportunidad! Insíbete en nuestro diplomado en Gestión de Inversión y sé un experto en el tema.	Modalidad del diplomado: Via streaming
Instagram y Facebook	17/12/2019	09:00 a.m	1 vez	Curso de Excel Básico	Generar interés en la realización del curso	<a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfA5dxx7HRES01sejISY7r-QNARctq3PC60Ds74z97iFNTCA/viewform?c=0&amp;w=1">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfA5dxx7HRES01sejISY7r-QNARctq3PC60Ds74z97iFNTCA/viewform?c=0&amp;w=1</a>	Foto	¿Qué esperas para inscribirte a nuestro curso de Excel Básico y conocer los principales aspectos generales de esta herramienta?	Modalidad del curso: Presencial
Twitter	16/12/2019	09:00 a.m	1 vez	Cursos y diplomados	Generar interés en los cursos, diplomados, charlas o concursos a realizar		Foto	¿Qué esperas para inscribirte en los cursos y diplomados ofrecidos por el punto de la Bolsa ubicado en la Universidad de Córdoba? Pendiente a las redes sociales oficiales de la Universidad, para que te enteres de primera mano de su amplia oferta académica	



Fuente: *Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba*, 2019

Elaborado y diseñado por: Wendy Paola Ramos Pereira

Asimismo, con las propuestas presentadas, se pretende que más personas conozcan los servicios ofertados por el punto, lo que generara que se expanda a muchas más personas, por medio de las redes sociales que en la actualidad manejan muchas personas y son gratuitas, como lo es Instagram, Facebook y Twitter.

Contar con buenas y fuertes estrategias para ingresar al Marketing Digital por medio de las redes sociales gratuitas, es una gran ventaja para las empresas, ya que son un medio que gran parte de las personas utiliza y por el cual pueden impulsar de manera masiva sus productos o servicios.

Con la elaboración del cronograma, se busca que todos los cursos, diplomados, concursos y charlas ofrecidas no se queden estáticos en la página, sino que se publiquen y dinamicen por medio de estas redes sociales para que más personas conozcan la variedad de oferta académica que ofrece el punto de la bolsa, y que las publicidades próximas a realizar se ingresen ordenadamente.

Nota: Este cronograma puede ser utilizado por cualquier persona asignada por la administradora del punto, en el momento que se quiera realizar una publicidad, ya que en él se ingresa información básica que es suministrada previamente por esta misma.

### **3.10 Investigación de mercado**

#### **3.10.1. Segmentación:**

El segmento de mercado del punto de la Bolsa de Valores ubicado en la Universidad de Córdoba, son todas aquellas personas pertenecientes al Departamento de Córdoba y demás departamentos aledaños, que se encuentren interesados o atraídos por los temas relacionados con los mercados bursátiles, información en tiempo real de los mismos y demás ofertas académicas ofrecidas por el punto.

#### **3.10.2. Mercado objetivo:**

El mercado objetivo al que se apunta, está integrado por estudiantes de distintas carreras, facultades e Instituciones de Educación Superior, carreras afines a la economía, los mercados, la administración, estudiantes de grado 10 y 11, trabajadores del sector financiero y administrativo, como también, cualquier persona interesada en conocer o inscribirse en algunos de los servicios ofrecidos independientemente de su profesión, con el fin de aumentar la demanda de los servicios ofrecidos por el punto de bolsa ubicado en la Universidad de Córdoba.

#### **3.10.3. Demografía:**

- ❖ Ubicación del segmento de mercado: Departamento de Córdoba y demás departamentos aledaños.
- ❖ Clientes potenciales: La propuesta de elaboración de lineamientos de Marketing Digital, está orientado a un rango de edades entre los 14 y 64 años, entre los que incluye a estudiantes de grado 10 y 11, estudiantes de carreras de pregrado y postgrados, trabajadores con profesiones a fines a economía, mercados y administración, como

también, personas que no tengan profesiones a fines a estas, pero se encuentren interesadas en los servicios ofrecidos por el punto.

### 3.11. Tendencias

Tabla 10. *Tendencias*

Tendencia	Influencia
El punto de la Bolsa de Valores, ubicado en la Universidad de Córdoba, es un punto adscrito a la facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas del Programa Administración en Finanzas y Negocios Internacionales, que funciona como un punto informativo, ya que ofrece a las personas interesadas en los servicios ofrecidos por este, información en tiempo real, sobre el mercado bursátil, que solo se puede ver desde el punto de la bolsa, como también, cursos, diplomados, charlas y seminarios, con el fin de capacitar a las personas en las áreas de su interés.	Positiva, ya que el punto de la bolsa es el único del departamento, por lo tanto genera interés en las personas de visitar este, como también, al ser un Convenio con la Bolsa de Valores de Colombia, que es encargada de todo el Mercado Bursátil Colombiano, influye en que las personas prefieran capacitarse en dicho punto y no en otras instituciones.

Autoría Propia

### 3.12. Servicio Características

- ❖ **Descripción:** El punto de la Bolsa de Valores ubicado en la Universidad de Córdoba, ofrece servicios de oferta académica e informativa en tiempo real y exclusiva sobre el mercado bursátil, entre sus ofertas se encuentran diplomados, cursos, concursos y seminarios, este punto de bolsa, se encarga de ofrecer la mejor calidad académica posible para satisfacer las necesidades de sus demandantes y fidelizarlos.

❖ **Formas de pago:** Consignaciones a la cuenta de la Universidad de Córdoba

❖ **Modalidad:** presencial y virtual

### 3.13. Precio

Tabla 11. *Precio*

Precio o rango	Justificación del rango	Sensibilidad del cliente	Costos y gastos
desde \$250.000 a \$11.000.000	Los precios van dependiendo de los servicios u oferta académica adquirida	Acceso a los cursos ofrecidos, ya que los precios son accesibles.	Pago a docentes que dictan las diferentes ofertas académicas, gastos administrativos, entre otros costos incurridos.

Autoría propia

### 3.14. Plaza

❖ **Lugar:** La plaza, es el punto de la bolsa de Valores ubicado en la Universidad de Córdoba, donde las personas tienen acceso para realizar los distintos servicios ofrecidos por el punto.

Asimismo, algunos cursos son dictados de manera virtual (vía streaming), por lo cual las personas lo pueden realizar desde cualquier parte mientras tengan una red estable a internet, pero teniendo la posibilidad de asistir al punto y realizarlo desde la sala dotada de equipos.

❖ **Alcance:** Estudiantes y trabajadores con carreras afines a Administración, Economía y Mercados, estudiantes de grado 10 y 11, como también, personas con otras profesiones interesadas en la realización de las ofertas académicas ofrecidas por el punto.

- ❖ **Aspectos negativos de la ubicación:** al ser el único punto de departamento, algunas personas habitantes de zonas lejanas a Montería, podrían tener dificultades de transportarse hasta el punto.

### **3.15. Promoción**

#### **Medios:**

- ❖ En la actualidad, el punto de la Bolsa de Valores ubicado en la Universidad de Córdoba, difunde los diferentes servicios u actividades próximas a realizar mediante el envío de correos a las personas registradas en sus bases de datos, como también, por medio del Twitter y Facebook personal de la administradora del punto. Por lo cual se pretende difundir la información por medio de redes sociales oficiales de la Universidad de Córdoba, para que así sus servicios lleguen a muchas más personas.
- ❖ Análisis costo / beneficio del plan de comunicaciones: los costos serán mínimos, ya que las redes sociales facilitaran la disminución de los costos.
- ❖ Promoción de ventas: descuentos por primeras inscripciones y por compartir la publicidad en sus redes sociales.

### 3.16. CONCLUSIONES

Como resultado de todo lo anteriormente planteado, se puede decir que con la difusión por medio de las redes sociales públicas oficiales de la Universidad de Córdoba, como: Facebook, Instagram y Twitter, ya que estas son en único medio autorizado por comunicaciones para difundir las ofertas e informaciones de las diferentes dependencias de la Universidad de Córdoba, se logrará tener una difusión mucho más eficiente y con mayor alcance de los diferentes servicios, lo que generara que se expanda a muchas más personas y así puedan acceder a sus ofertas académicas.

- ✓ Se diagnosticó, que los medios de difusión utilizados por el punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba, vuelven restrictiva la información, puesto que no se llega a todo el segmento de mercado que se pretende alcanzar.
- ✓ Se determinaron las plataformas virtuales que podrán ayudar a difundir la oferta académica, como lo es Facebook, Instagram y Twitter, ya que son la redes sociales más utilizadas o frecuentadas por las personas y fáciles de utilizar.
- ✓ Se establecieron Los lineamientos de Marketing Digital atendiendo las políticas de comunicaciones, para lograr así, que la oferta académica llegue a muchas más personas por medios digitales.

### 3.17. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuerdo N° 035. (2010). *Estructura Orgánica Universidad de Córdoba*. Tomado de:  
<http://www.unicordoba.edu.co/wp-content/uploads/2019/01/Acuerdo-Estructura-Org%C3%A1nica-ABRIL-23-DE-2010.pdf>
- ADEN Business Magazine (2016). *Martech: La Concepción del Marketing a partir de la Tecnología*. Tomado de: <https://www.aden.org/business-magazine/martechla-concepcion-del-marketing-partir-la-tecnologia/>
- Caicedo, C. E., & González, M. A. (2011). *Diseño de un Plan de Marketing para la empresa Priserco SAS*. Bogotá
- Deming (1996). *Mejora continua*. Tomado de: <https://www.monografias.com/trabajos94/la-mejora-continua/la-mejora-continua.shtml>
- Jhon Orton y Uponor (2018). *Marketing Digital*. Tomado de:  
<https://es.scribd.com/document/406198008/MATKETIG-DIGITAL-pdf>
- Kanter (2017). *Marketing Digital*. Tomado de:  
<https://es.scribd.com/document/406198008/MATKETIG-DIGITAL-pdf>
- Marín, A. M., & Estrella, J. L. (2015). *Plan de Marketing Digital 2014 para la empresa Corporación de Servicios TBL S.A. de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil.
- Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas (2019). *Política de comunicaciones*. Tomado de: <https://www.unicordoba.edu.co/index.php/comunicaciones-y-relaciones-publicas/>
- Punto Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba (2019). *Base de datos*. Tomado de: la base de datos obtenida por medio de los links de inscripción de los servicios ofrecidos.



Universidad de Córdoba. (2004). *Misión – Visión – Principios*. Tomado de:

<https://www.unicordoba.edu.co/index.php/mision-vision/>

Universidad de Córdoba (2019). *Proyecto Educativo Institucional*. Tomado de:

<http://www.unicordoba.edu.co/index.php/unidad-de-planeacion/pei/>

Universidad de Córdoba. (2017). *Misión – Visión – Funciones - del punto de la Bolsa de*

*Valores*. Tomado de: [https://www.unicordoba.edu.co/index.php/bolsa-de-valores-](https://www.unicordoba.edu.co/index.php/bolsa-de-valores-bvc/mision-vision/)

[bvc/mision-vision/](https://www.unicordoba.edu.co/index.php/bolsa-de-valores-bvc/mision-vision/)

### 3.18. ANEXOS

#### CURSOS

- Entrenamiento Funcionarios Financieros – Inscribirse aquí
- Habilidades Comerciales para Servicios Financieros – Inscribirse aquí
- Herramientas de Google contenido (Google Gmail, Google Calendar, Google Hangout, Google Drive, Google Docs, Google Maps) – Inscribirse aquí
- Excel Básico – Inscribirse aquí
- Excel Intermedio – Inscribirse aquí
- Excel Avanzado – Inscribirse aquí
- Excel Financiero I – Inscribirse aquí
- Excel Financiero II – Inscribirse aquí
- Excel Financiero III – Inscribirse aquí
- Matemáticas Financieras I – Inscribirse aquí
- Matemáticas Financiera II – Inscribirse aquí
- Estadísticas Aplicadas a los Mercados Bursátiles – Inscribirse aquí
- Análisis técnico para Inversión en Acciones – Inscribirse aquí
- Estrategias de Inversión con Derivados – Inscribirse aquí
- Gestión de Portafolios de Inversión – Inscribirse aquí
- Curso de Trading Profesional Negociación Bursátil – Inscribirse aquí
- Análisis Fundamental para Inversión en Acciones – Inscribirse aquí
- Estrategias de Cobertura con Derivados – Inscribirse aquí
- Fundamento sobre Fondos de Inversión Colectiva – Inscribirse aquí

#### Diplomados

##### DIPLOMADOS EN CONVENIO

- GESTIÓN DE INVERSIONES – Inscribirse aquí
- ESTRATEGIAS BURSÁTILES Y DE INVERSIÓN EN ACCIÓN – Inscribirse aquí
- MERCADO DE CAPITAL COLOMBIANOS – Inscribirse aquí
- FINANZAS PARA NO FINANCIEROS – Inscribirse aquí
- Normas Internacionales de Información Financiera para PYMES – Inscribirse aquí
- DIPLOMADO DE BOLSA – Inscribirse aquí

##### DIPLOMADOS CONVENIOS INTERNACIONALES (LONDON SCHOOL OF BUSINESS & FINANCE):

- Gestión de Riesgos en los Mercados Financieros – Inscribirse aquí
- Gestión de Cartera para Fondos de Inversión Colectiva – Inscribirse aquí
- Relación con Inversores y Gobierno Corporativo – Inscribirse aquí
- Trading y Estrategias – Inscribirse aquí

## CERTIFICACIONES CISI

### CERTIFICACIONES INTERNACIONALES (CISI):

- Certificación FRM – GARP (Gestión de Riesgos Financieros) – Inscribirse aquí
- Certificación en Riesgo en los Servicios Financieros – Inscribirse aquí
- Certificación Internacional en Gestión Avanzada del Patrimonio – Inscribirse aquí
- Certificación Internacional en Gestión del Patrimonio e Inversiones – Inscribirse aquí
- Certificación en Lucha contra los Delitos Financieros – Inscribirse aquí

## CERTIFICACIONES AMV

### CERTIFICACIONES AMV PARA TRABAJAR EN EL SECTOR:

- Asesor Comercial Fondos de Pensiones – Inscribirse aquí
- Asesor Comercial Carteras Colectivas – Inscribirse aquí
- Asesor Comercial General – Inscribirse aquí
- Directivo Fondo de Inversión Colectiva – Inscribirse aquí
- Directivo Fondo de Pensiones – Inscribirse aquí
- Directivo General – Inscribirse aquí
- Operador Bolsa – Inscribirse aquí
- Operador Derivados – Inscribirse aquí
- Operador Divisas – Inscribirse aquí
- Operador Renta Fija – Inscribirse aquí
- Operador Renta Variable – Inscribirse aquí

Anexo 1. Cursos, diplomados y cursos preparatorios para certificaciones del punto de la Bolsa de Valores de la Universidad de Córdoba



Anexo 2. Toma de evidencias de Asistencia al Diplomado en Gestión de Inversiones

**Dina Esther Castro Ramos** ▶ Administración en Finanzas y Negocios Internacionales UNICORDOBA (OFICIAL) \*\*\*  
4 de octubre a las 09:58 · 🌐

Participa en el juego Bolsa Millonaria E-BVC Play Concurso Regional Córdoba

Link de inscripción:  
<http://www.bolsamillonaria.com.co/J.../concursoregionalcordoba>

Recibe más información en el Punto BVC

Organiza Punto BVC  
Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales  
Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas.



**Conviértete en un experto antes de graduarte**

Inscríbete en e-bvc play, una plataforma creada por la Bolsa de Valores de Colombia, y en la que puedes entender cómo funciona el mercado de capitales a través de un simulador que te muestra información para que tú puedas decidir cómo negociar.

**Fecha de inscripciones:** Del 16 de septiembre al 14 de octubre.  
**Fecha del concurso:** Del 15 de octubre al 13 de noviembre.  
**Fecha de premiación:** 20 de noviembre.

**Conoce más aquí**

**Dina Esther Castro Ramos** ▶ Administración en Finanzas y Negocios Internacionales UNICORDOBA (OFICIAL) \*\*\*  
9 de septiembre · 🌐

Diplomado en Gestión de Inversiones.  
Vía Streaming

Disponible inscripciones para particulares y opción de grado.  
<https://forms.gle/ugVqkh2x1dFtLxcF9>

Más información :  
Dina Castro - 3145954767  
Administradora Punto BVC



**Diplomado**

**Gestión de Inversiones**  
**Investment Management**

MANEJA TU DINERO COMO UN EXPERTO EN FINANZAS

Valor Público General: 2.000.000  
Estudiante con opción de grado Unicordoba:  
2 salarios mínimos  
Egresados: Descuento 10%  
Modalidad: Vía Streaming  
Duración: 120 horas

Punto BVC - Edificio de Ingenierías  
CONTACTO:  
[puntobolsa@correo.unicordoba.edu.co](mailto:puntobolsa@correo.unicordoba.edu.co)  
314-595-4767  
Dina Castro Ramos - Administradora Punto BVC

Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas  
Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Anexo 3. Publicidades realizadas por la administradora del punto de la bolsa ubicado en la Universidad de Córdoba





10:21 PM

Buscar

Inicio Información Fotos Eventos Videos Put

**Laboratorio Financiero UdeA - Punto bvc**

25 oct. a las 12:45 p. m. •

Nueva oferta de cursos

**Curso**

**FINANZAS PARA NO FINANCIEROS**

Lugar: Universidad de Antioquia / Aula 19-206

Inicio: Martes, 5 de noviembre / 2019

Finaliza: Martes, 10 de diciembre / 2019

Horario: 6:00 p.m. a 10:00 p.m. Duración: 24 horas

Valor: \$350.000

Comunidad UdeA: \$315.000

Más información: [puntobvc@udea.edu.co](mailto:puntobvc@udea.edu.co)

219 88 29 305 460 6676

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

bvc

**Curso**

**INVERSIONES PARA DUMMIES**

Lugar: Universidad de Antioquia / Aula 19-206

Inicio: Miércoles, 6 de noviembre / 2019

Finaliza: Miércoles, 4 de diciembre / 2019

Horario: 6:00 p.m. a 10:00 p.m. Duración: 20 horas

Valor: \$292.000

Comunidad UdeA: \$262.800

Más información: [puntobvc@udea.edu.co](mailto:puntobvc@udea.edu.co)

219 88 29 305 460 6676

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

bvc

**Curso**

**EXCEL + POWER BI**

Lugar: Universidad de Antioquia / Aula 19-206

Inicio: Jueves, 7 de noviembre / 2019

Finaliza: Jueves, 12 de diciembre / 2019

Horario: 6:00 p.m. a 10:00 p.m. Duración: 24 horas

Valor: \$350.000

Comunidad UdeA: \$315.000

Más información: [puntobvc@udea.edu.co](mailto:puntobvc@udea.edu.co)

219 88 29 305 460 6676

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

bvc

**Curso**

**ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN**

Lugar: Universidad de Antioquia / Aula 19-206

Inicio: Lunes, 18 de noviembre / 2019

Finaliza: Lunes, 9 de diciembre / 2019

Horario: 6:00 p.m. a 10:00 p.m. Duración: 20 horas

Valor: \$292.000

Comunidad UdeA: \$262.800

Más información: [puntobvc@udea.edu.co](mailto:puntobvc@udea.edu.co)

219 88 29 305 460 6676

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

bvc

**Lab Financiero Udea**

25 oct. a las 12:42 p. m. •

Enviar mensaje

10:20 PM

Buscar

Inicio Información Fotos Opiniones Eventos

**Laboratorio Financiero-Punto BVC UdeM**

4 feb. a las 10:19 a. m. •

¿Quieres tener un valor agregado para cuando seas profesional? ¡¡¡Ésta es tu oportunidad!!! **Universidad de Medellín #Bloomberg**

**CERTIFICACIÓN Bloomberg**

**Bloomberg Market Concepts (BMC)**

Es un curso de auto-aprendizaje en línea, con una intensidad de 10 horas, el cual ofrece una introducción interactiva a los mercados financieros.

**Consta de 5 módulos:** Indicadores Económicos, Divisas, Renta Fija, Renta Variable y Primeros Pasos en la Terminal, los cuales se combinan a partir de datos, noticias, análisis y televisión de Bloomberg. El Curso está disponible a través de la Terminal de Bloomberg.

**Pregunta cómo puedes realizar el BMC en el ¡Laboratorio Financiero!**

Enviar mensaje

Anexo 4. Publicidades realizadas por puntos de Bolsa de otras universidades mediante redes sociales.